الدش والإنترنت والتليفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي

الدش والإنترنت والتليفزيون
فى إطار علم الاجتماع الإعلامى

دكتـــــورة

انشـــراح الشـــال

دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية
قسم اجتماع وعلم نفس
جامعة بوردو٢ بفرنسا

١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م

المـديـنـة بـرس

الدش والإنترنت والتليفزيون

فى إطار علم الاجتماع الإعلامى

تـأليـف :

د. انشـراح الشـال

الغلاف والإشراف الفنى :

وائـل حسـان

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٧٠١١ / ٢٠٠٣





١٠ شارع النورس - التعاون - الهرم
ص.ب : ٦٩ الهرم تليفاكس : ٧٤٠٥٠٥٧
محمول : ٠١٢/٣٩٥٦٠٠٢ - ٠١٠/١٤٨٥٤٤١
Email:madenapress@hotmail.com

إلى كل من علمني حرفا

انشراح

الحدش والإنترنت والتليفزيون
في إطار علم الاجتماع الإعلامي

محتويات الكتاب

الفصل الثاني

دراسة سسيولوجية لوسائل الإعلام

المبحث الثالث

دراسة مورفولوجية لوسائل الإعلام

المبحث الرابع

دراسة فسيولوجية لوسائل الإعلام

المبحث الخامس

الدور الوظيفي للدش

المبحث السادس
الدور الوظيفي للإنترنت

الفصل الرابع
التليفزيون من منظور اجتماعي

المبحث السابع
الدور الوظيفي للتليفزيون

المبحث الثامن
التليفزيون المصري

بسم الله الرحمن الرحيم
مقدمة

انتشرت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة ، وأصبح كل فرد يتعرض لواحدة منها أو أكثر ، نهارا أو ليلا ، أصبح الهواء الذي نستنشقه مشبعا بالإعلام ، الذي صار بدوره ضرورة في حياتنا اليومية .

ومع تعدد وسائل الإعلام ، وتعدد صوره ومستوياته ، تفرغ باحثون لدراسة وجود هذه الوسائل داخل المجتمع ، وكثر الحديث والجدل حول تأثير وسائل الإعلام ، وخاصة الإليكترونية منها ، ولفت ذلك أنظار السياسيين والاقتصاديين والتربويين ، وغيرهم من المهتمين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية ، وانصب اهتمام كل منهم على كيفية الاستعانة بوسائل الإعلام لتحقيق أغراض لهم .

وقد اهتم علماء الاجتماع وعلماء النفس ، مثلهم مثل غيرهم، بوجود وسائل الإعلام في المجتمع .

فقد نظر علماء الاجتماع إلى وسائل الإعلام على أنها ظاهرة اجتماعية يمكنها أن تؤثر في غيرها من الظواهر الأخرى ، كما يمكنها أن تتأثر بهذه الظواهر .

أما علماء النفس ، فيرجع اهتمامهم بوسائل الإعلام إلى ما قيل ، وما يزال يقال ، عن التأثير السيئ لوسائل الإعلام ، وخاصة تأثير مشاهد الرعب والجنس المعروضة على شاشات السينما والتليفزيون ، وبخاصة على الأطفال والشباب .،، ؛ ولذلك وجدنا في بلد مثل فرنسا – وحتى وقت قريب – أن التليفزيون كان ينبه المشاهدين إلى الأفلام التي تحتوي على مشاهد تتسم بالعنف (قتل – عمليات جراحية حساسة – اغتصاب – شذوذ ...) ، ويتم هذا التنبيه بشكل مباشر قبل عرض الفيلم أو البرنامج الذي يحتوي نوعية من هذه المضامين ، بل وفي أثناء العرض أيضا فقد كانت الشاشة الصغيرة في فرنسا تصحب الأفلام التي يفضل ألا يشاهدها الأطفال بمستطيل أبيض على الجانب العلوي للشاشة ، وذلك طوال العرض ، هذا إلى جانب ما يكتب عن ذلك في الصحافة المتخصصة مثل المجلات التي تنشر برامج التليفزيون ، بل وفي الصحافة اليومية والأسبوعية أيضا ، وفي الصحافة الدينية ، وفي النشرات الخاصة بحماية المستهل ...، وينبهون الناس إلى أن هذا الفيلم أو ذاك خاص بالكبار فقط ، أو أنه للشباب والكبار وليس للأطفال ، أو أنه للجميع ؛ ويقال إن ذلك كان يحدث أيضا بالنسبة للتليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية [١] ، ونشاهده حتى الآن على شاشة بعض القنوات الفضائية الأجنبية التي يصل بثها إلى المشاهد في مصر .

---

(١) من خلال ما ينشر في الصحف المصرية والأجنبية .

ومن الجدير بالذكر أنه يتم تحديد الجماهير النوعية للفيلم أو البرنامج في هذه البلاد بناء على توصيات من متخصصين في فروع مختلفة ، ومن بين هؤلاء خبراء في التربية ، ومعلمون ، وعلماء نفس ، ورجال دين ، ورجال من الشرطة ، ومن القضاء ...

ولن نقارن هنا ما يحدث في فرنسا ـ مثلا ـ بما يحدث في مصر ، إلا أن ذلك لا يمنعنا من تتبع الآثار التي تتركها مشاهد العنف في التليفزيون ـ بوجه خاص ـ على نفوس المشاهدين هنا .

والمثال الذي سنذكره قدمته لنا إحدى طالبات الفرقة الأولى بكلية الإعلام عن تأثير مشاهدة الفيلم الأجنبي "الغيبوبة" الذي عرض على شاشة التليفزيون المصري يوم السبت الموافق ٢٤ من ديسمبر سنة ١٩٨٣ م ، وذلك في برنامج نادي السينما الذي يبث في برامج السهرة على القناة الأولى (وقد أعيد عرض الفيلم بعد ذلك في شهر سبتمبر عام ١٩٨٥م ...) .

ففي إطار مادة المدخل الاجتماعي للإعلام والتي نقوم بتدريسها لطلبة الفرقة الأولى ، قامت الطالبة بسؤال بعض الأسر عن رأيهم في هذا الفيلم ، وسوف نقدم فيما يلي بعض نماذج من الإجابات ، والتي نستبعد منها التجربة الذاتية للطالبة ، والتي قد تكون مشاهدتها للفيلم ذات طابع دراسي ، كما أننا نستبعد أيضا ما ذكرته عن تأثير مشاهدة الفيلم على أسرتها للسبب نفسه .

تقول الطالبة : " ،،، وفي اليوم التالي لعرض الفيلم على شاشة التليفزيون ، أخذت في استطلاع آراء جيراننا وأصدقائنا حول هذا الفيلم ... ؛ قالت لنا إحدى الجارات إن أولادها عقب مشاهدة الفيلم ، وقبل أن يناموا ، أسرعوا بوضع كراسي وراء باب الشقة ، ونام كل اثنين جنبا إلى جنب على سرير واحد ، وقد كان كل واحد منهم ينام من قبل على سرير بمفرده ، وطلب الأبناء من أمهم أن تنام مع الصغار (١٣ و ١٦ سنة) ، أما الكبار (١٩ و ٢٠ سنة) ، فقد ناموا في سرير واحد" .

وفي أسرة أخرى ، تقول : " إن إحدى الأمهات قالت لها إن ابنتها ذات العاشرة من العمر قد أصابها الفزع وارتمت تحتمي في صدر أمها عندما سمعت رنين جرس التليفون في أثناء مشاهدة الفيلم . وقالت إنه بعد انتهاء عرض الفيلم ، حققت الأم رغبة ابنتها ـ التي كانت ترتعش من الخوف والرعب ـ فنامت بجوارها ".

> كل هذا الرعب الذي نلاحظه في تصرفات الأبناء في بعض الأسر بعد مشاهدة الفيلم مباشرة ، لا نجده في الجملة التي ذكرتها الطالبة عندما قالت : "إن إحدى الأسر قالت لها إنها تتمنى مشاهدة هذا الفيلم مرة أخرى ؛ وذلك لأن قصة الفيلم قد أعجبتهم وكذلك إخراج الفيلم " .

نخرج مما سبق ، أن الأسر في الحالات السابق الإشارة إليها ، لا تقوم بعملية تقنين بالنسبة لعملية مشاهدة التليفزيون ؛ ففي هذه الأسر أطفال في سن العاشرة من العمر ، يسهرون أمام الشاشة حتى وقت متأخر ، هذا من جانب ، ومن جانب آخر ، يلاحظ أيضا تعرض الأطفال للبرامج دون انتقاء مسبق ، كذلك دون تنبيه من المسؤولين في التليفزيون إلى نوعية المادة المقدمة على الشاشة ، وهم يعلمون تماما أن مشاهدة التليفزيون تتم في جو جماعي ، ونادرا ما تتم بشكل فردي أو بشكل انتقائي ، والملحوظة نفسها نوجهها إلى الصحافة المطبوعة ...

ما سبق يقودنا إلى الحديث عن الآثار التي تركها فيلم "اليوم التالي" على المشاهدين في الولايات المتحدة الأمريكية ؛ فقد علقت أجهزة الإعلام المختلفة في مصر وفي دول أخرى على هذا الفيلم الذي يتناول موضوع الحرب النووية ، وأكدت على الرعب الذي خلفه في نفوس المشاهدين ، وانعكس ذلك في ظهور بعض السياسيين على شاشة التليفزيون لتأكيد رغبة أمريكا في السلام . وفي الملحق رقم "١" ملخص لموضوع هذا الفيلم .

كل هذا لا يعني أن وسائل الإعلام الأخرى ، مثل الكتاب أو المقال الصحفي أو الملصق وغيرها ، لم تكن هي الأخرى موضع اهتمام من علماء الاجتماع وعلماء النفس ، بل ومن أجهزة الإعلام ذاتها . فقد شاهدنا مثلا فيلما فرنسيا (بطولة " لوي دي فينيس ") لمدرس في المرحلة الابتدائية وقد لاحظ أن تلاميذه يأتون إلى المدرسة شبه منومين ، وبعد البحث والتقصي ، اكتشف المدرس أن تلاميذه يسهرون أمام شاشة التليفزيون ، فما كان منه إلا أن صعد إلى أسطح المنازل لتحطيم هوائيات التقاط البث التليفزيوني .

وفي فرنسا أيضا ، أجريت عدة دراسات على حالات الانتحار التي سجلت بعد ظهور كتاب "طرق الانتحار" (Suicide : Mode d' emploi) طبعة شهر أبريل عام ١٩٨٢م ، والذي وجدت نسخة منه على صدر أحد المنتحرين .

كذلك يحدثنا علماء الإجرام عن جرائم ثبت ارتكابها بأسلوب تم عرضه في أحد الكتب أو في إحدى المجلات أو الصحف ... ، ومنها ما نشر في مصر عن بعض الأطفال المنحرفين الذين كانوا يكتبون على الحائط اسم "البرادعي" (إحدى الشخصيات في مسلسل تليفزيوني) بعد كل عملية إجرامية كانوا يرتكبونها في ضاحية حلوان . كذلك تم القبض على عصابة في السويس كانت قد قامت بعملية سرقة لواحد من محلات المجوهرات ، وعند التحقيق ، قال الجناة إنهم حاولوا تقليد ما شاهدوه في الفيلم السينمائي "لصوص لكن ظرفاء" (والذي عرض على شاشة التليفزيون المصري) .

ويشير عزت السعدني في تحقيقات متوالية نشرت في أيام السبت في جريدة الأهرام اليومية في شهر فبراير عام ٢٠٠١م إلى تأثير ينسب لوسائل الإعلام ، وأنها كانت وراء انحراف كثير من الشباب بتعريفهم بالمخدرات ... ، (وكنا قد أشرنا إلى ذلك عام ١٩٨٥م[1]) . وفي شهر فبراير من العام نفسه ، جاء على لسان أم في "بريد الأهرام" أنها

(١) انظر ملحق رقم "٣" .

شاهدت ابنتها في غرفتها وحدها وهي تجلس أمام المرآة وترفع ذيل جلبابها لكـــي تظهـــر ساقيها وتردد الجملة نفسها التي جاءت على لسان إحدى الممثلات في لقطة "جنسية" فـــي إعلان على شاشة التليفزيون (لفيلم سوق المتعة) ، والحمد لله وحـــده ، وجـــدنا رد فعـــل إيجابي من المسؤولين عن التليفزيون ، وتغير الإعلان ، كما تم تغيير إعلان فـــي الفتـــرة ذاتها (لفيلم الوردة الحمراء) بعد أن انتُقد بشدة على صفحات الجرائد ممن يدركون خطورة هذا الجهاز على النشء ، والذي يمكن للمهتم معرفته من خلال الحـــالات المرضـــية فـــي العيادات النفسية .

وبدون أي اتهام صريح لوسائل الإعلام ــ أو لإحـــداها ــ كـــان علمـــاء الـــنفس المتخصصـــون في الطب النفسي للأطفال في جامعة "توبنجن" بألمانيا قـــد أعلنـــوا عـــام ١٩٨١م ، أن حالات الفزع والانهيارات النفسية في ازدياد لدى التلاميذ . وقد لاحظ أيضـــا هذا الفريق من العلماء ، أن الرغـــبة في الهروب من المجتمع ، والتي تظهر غالبـــا فـــي محاولة الانتحار ، موجودة لدى الأطفال من سن ٩ سنوات إلى ١٢ سنة .

وبطبيعة الحال ، اهتم أطباء الأطفال وعلماء التربية وعلمـــاء الـــنفس وعلمـــاء الاجتماع ... بهذه "الظاهرة" الجديدة ، وشُكلت في ألمانيا جماعـــات ولجـــان مـــن هـــؤلاء المتخصصين ، إلى جانب ممثلين من الوزارات المختصة والمعنية بـــالنواحي الاجتماعيـــة والثقافية ، لدراسة هذه الظاهرة وأسبابها[١]. ومن الجدير بالذكر أيضا ، أن الحاسب الآلي "الكمبيوتر" الذي يعرف بأنه شخصي (PC) ، والإنترنت على وجه الخصوص (بوصـــفهما أحدث وسائل الإعلام عند كتابة هذه السطور) ، يواجهان الاتهامات التي وجهت للتليفزيون خصوصا وأن هاتين الوسيلتين الأحدث من التليفزيون يعدان من الوسائل الشخصية التـــي ينفرد بها الفرد بعيدا عن أعين الآخرين[٢] ، "للدردشة" مع مجهولين ، ومكاتبتهم ...

وفي العاشر من مارس عام ٢٠٠١ ، نشر أحمد مصطفى العملة تحقيقا في جريدة الأهرام يشير فيه صراحة إلى أن التليفزيون والسينما وراء ظهور ما يمكن أن نطلق عليه اسم "ثقافة الجريمة" لدى الطفل[٣] ، والذي يحتاج لدراسة متأنية . وفي تعليقه على واقعة هروب أربع فتيات من ملوي في سن الخامسة عشر عثر عليهن بعد ٢٠ يوما من الاختفاء قال الأنبا ديمتريوس مطران ملوي : " إن وسائل الإعلام خاصة التليفزيون يساعد على قيام الفتيات والشباب في سن المراهقة بتصرفات غير مسؤولة"[٤] ، بل وعلى الأطفال في ســـن التنشئة ، والتي قد يفسرها ما سمعته أم من ابنتها التي لا يتجاوز عمرها سبع سنوات بعد مشاهدتها لإعلان عن فيلم على شاشة التليفزيون : " ماما ، عايزة أكبر بسرعة ، وألـــبس مايوه ، علشان أجري على الرمل ، وواحد يجري وراي " [٥] ...

(١) R. MENG . – " Université et Tiers-Monde . Un colloque scientifique à Giessen". Art. Dans la presse allemande , trad. Fr. in : **La Tribune d'Allemagne** , No. 972 , Belgique , 12 décembre 1982 .

(٢) انظر الملحق رقم "١٢" .

(٣) انظر ملحق رقم "٥" .

(٤) **الأهرام** ، ٢٣ مايو ٢٠٠١م .

(٥) فضلنا هنا تسجيل الكلمات كما نطقت بها الطفلة ...

ومع ظهور الأطباق اللاقطة للبث الوافد (Dish) ، بدأت الأصابع تشير إلى احتمال وجود تأثير سلبي لها ، منها على سبيل المثال ما جاء على لسان الممثلة خيرية أحمد منتقدة سلوك ابنتها في فيلم "جواز على ورق سلوفان" ، بل وإلى تأثير مظهر وسلوكيات مذيعات على شاشة بعض القنوات الفضائية الوافدة على بعض المذيعات المصريات وهن يشكلن "قدوة لبناتنا" أشار إليها فاروق جويدة[1] وغيره كثيرون ، بعد أن بدأ تأثير البرامج الوافدة يظهر على سلوكيات الشباب من الجنسين ، بل وعلى مفردات اللغة لدى بعض الأفراد ...

باختصار شديد ، توجد تساؤلات عديدة يمكن أن تثار حول وسائل الإعلام ، وحول أهمية وجودها في المجتمع ، بل هناك من يطالب بإعدام هذه الوسائل ، أو بعض منها على الأقل ، لأسباب مختلفة ؛ فكما تأخر دخول التليفزيون مثلا في دولة مثل جنوب أفريقيا لأسباب يقال إنها عنصرية [2] ، وأدخلته إسرائيل لأسباب سياسية ، نجد هناك من ينسب إلى هذه الوسيلة كل تدهور داخل المجتمع [3] ، وتشكلت جمعيات بهدف الهجوم على التليفزيون ، وخرج علينا كتاب في الولايات المتحدة الأمريكية بعنوان "أربع حجج لإلغاء التليفزيون" [4]، ووقف المستشار الألماني السابق "هيلموت شميث" ينادي بوقف الإرسال التليفزيوني عدة أيام في الأسبوع ويتهمه بأنه قد أساء إلى العلاقات الاجتماعية [5] ، ويكفي أن نعرف كذلك أن هناك بعض كتب تحرمها الكنيسة ، وبعض الكتابات والرسوم [6] تدخل تحت بند المحرمات ، أو المحذورات ، أو ، المصمتات ، " تابو "(Tabou) .

هذا وقد عشنا في الشهور الأولى من القرن الواحد والعشرين أزمة وزارة الثقافة في مصر مع ثلاثة كتب قيل إن بها ألفاظا جنسية [7] وكذلك بالنسبة لصور لوحات فنية نشرت في إحدى المجلات المتخصصة ، وقد ظهر في عدة دراسات أن بعض الأفراد ممن

---

(١) انظر على سبيل المثال " ماذا جرى للمذيعات ؟!" الأهرام ، ٣١ يناير ٢٠٠٣م .

(٢) في ثمانينيات ، نفى "أوستن سايياس" (Austin SAPIAS) من NBC/PNG في بابوا (غينيا الجديدة) وجود خدمة تليفزيونية لديهم ، ويقول إنهم ليسوا بحاجة إلى هذا التليفزيون ما دامت تصلهم برامج التليفزيون من خمس دول مجاورة .

(٣) انظر ملحق رقم "٢" وملحق رقم "٣" .

(٤) Jerry MANDER .- **Four Arguments for the Elimination of Television** . Morrow , New York , 1978 .

(٥) نشرة أخبار في التليفزيون الفرنسي عام ١٩٧٨م .

(٦) انظر على سبيل المثال كتابنا : رسوم الطفل بين المحلية والعالمية (دار المسافر ، جدة ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٩٧م) ، و أيضا ، "أخيرا .. الأزهر يوافق على التصوير الإسلامي" في جريدة الأهرام (١ أكتوبر / ٢٠٠١م) ، بخصوص كتاب للدكتور ثروت عكاشة عن التصوير الإسلامي والديني كان قد تم حجبه ومنع تداوله عام ١٩٧٨م .

(٧) راجع الصحافة المصرية في يناير ٢٠٠٢م .

ينتمون إلى مذاهب معينة يحرمون مشاهدة التليفزيون ... [1]، والقائمة طويلة ، ولن تنتهي ...

وكان لابد من القيام بدراسات حول تأثير وسائل الإعلام...، وكانت هذه الدراسات ــ كما سنرى فيما بعد ــ النواة لهذا العلم الذي بدأنا في تدريسه لطلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة عام ١٩٨٣ ، وهو علم الاجتماع الإعلامي ، الذي كان وقتها أحدث فرع لعلم الاجتماع[2] ، وهذا الفرع لعلم الاجتماع يدرس وسائل الإعلام في المجتمع مؤثرة فيه ومتأثرة به .

ويؤرخ للدراسات الاجتماعية (السسيولوجية)[3] الخاصة بتأثير وسائل الإعلام بالستينيات ، عندما بدأ الاتجاه العام لعلماء الاجتماع يأخذ طريقه إلى دراسة الكليات ،والتي يطلق عليها اسم "ماكرو سسيولوجي" (Macro-Sociology) وذلك بدلا من (Micro-Sociology) وهي دراسة الجزئيات [4] . وتعد دراسات "كلابر" خير مثال لهذا الاتجاه السسيولوجي للإعلام [5] .

والكتاب الذي بين أيدينا الآن ، يعرض لهذا العلم الجديد ، علم الاجتماع الإعلامي ، بوصفه فرعا من فروع علم الاجتماع ؛ لذلك خصصنا الفصل الأول منه للحديث عن علم الاجتماع وفروعه ، ثم تناولنا في الفصل الثاني الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام مع التركيز على وسائل الإعلام في الدول النامية وخاصة التليفزيون ، لأسباب لا تكاد تخفى على أحد ، حيث خصصنا مبحثا مستقلا للحديث عن التليفزيون المصري ، والذي يحتاج لوقفة متأنية في دراسة مستقلة ، مع الإشارة إلى وسائل أحدث بدأت تدخل حياتنا ونخص بالذكر هنا الحاسب الآلي والإنترنت .

والله الموفق ،،،

أستاذ دكتور / انشراح الشال
القاهرة / فبراير ٢٠٠٣م

---

(١) راجع " هل البروتستانت أكثر تحفظا في تعاملهم مع التليفزيون ؟ " في كتابنا : **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية** . طبعة ثانية ، مكتبة نهضة الشرق ، ٢٠٠٠م .

(٢) فقد ظهرت فروع جديدة لهذا العمل سوف نشير إليها لاحقا .

(٣) يفضل الأستاذ الدكتور محمد الجوهري ، رحمه الله ، كتابة هذه الكلمة بوضع حرف " واو " بعد السين الأول (سوسيولوجية) . انظر : فاطمة القليني ومحمد الجوهري وآخرون . ــ **الإعلام والمجتمع** : دراسات في علم الاجتماع الإعلامي . دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٨م .

(2) Jean CAZENEUVE . – **Sociologie de Marcel MAUSS** . PUF . Paris ,1968 .

(3) J. T. KLAPPER . – **The Effects of Mass Communication** . The Free Press . Glencoe , Illinois, 1960.

-------------------- . - "What We Know About the Effects of Mass Communication" . in : **Public Quarterly , 1951** .

الفصل الأول
مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي

تمهيد

للحديث عن مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي ، يجب أن نتعرف أولا على علم الاجتماع ، وكيف نشأ ، وما مجالات الدراسة فيه ، وكيف تشعب وتفرع .. لكي نصل في النهاية إلى نشأة علم الاجتماع الإعلامي ، لأن دراسة الفرع تستوجب دراسة الأصل أولا .

وفي الصفحات التالية ، نناقش في الفصل الأول عدة موضوعات سبق وتداولها زملاء لنا وأساتذة ، وتوصلوا في دراساتهم إلى نقاط جديرة بأن نقدمها للقارئ قبل الدخول في تفاصيل موضوعنا ، لكي نتعرف على العلم الأصل وفروعه .

المبحث الأول
مقدمة في علم الاجتماع

أولا – نشأة علم الاجتماع ومؤسسه [1]

انقسم المهتمون بعلم الاجتماع إلى فرق وذلك عند تحديد المؤسس الأول الذي يجب أن يُنسب إليه فضل إرساء قواعد هذا العلم . فقد عد بعضهم المفكر العربي ابن خلدون (١٣٣٢م – ١٤٠٦م) مؤسسا لعلم الاجتماع ، وقد أخذت هذه المجموعة في حكمها بالأسباب التالية :

– أن ابن خلدون قد ميز بين مجتمع البدو ومجتمع الحضر بشكل دقيق .
– أنه أول من أطلق اسم "علم العمران" واسم "الاجتماع البشري" على دراسة الظواهر الاجتماعية والطبيعية .
– أوضح ابن خلدون الطبيعة البشرية بشكل متكامل ولم يفصل بين مكوناتها على خلاف آخرين من علماء الاجتماع الغربيين .
– درس ابن خلدون الحياة الاجتماعية في بيئتها وحضارتها .
– فصل دراسة الظواهر الاجتماعية عن الظواهر التاريخية .
– وضع قانون تطور الأمم من خلال مراحل وربطها بالتحديد الزمني ومحددا لكل مرحلة أربعين عاما .
– اعتمد طريقة "المشاهدة" بوصفها طريقة علمية في استخلاص نظرياته الاجتماعية .

وعند تحديد مؤسس علم الاجتماع أيضا ، أخذت إحدى الفرق في الغرب برأي "إميل دوركايم" (١٨٥٨م – ١٩١٧م) ، وعدّت العلامة الفرنسي "سان سيمون" (١٧٦٠م – ١٨٢٥م) أول داعية لإنشاء "علم للإنسان " يرتكز على مناهج العلوم المجردة . وفي هذا يقول دور كايم (E. DURKHEIM) : " إنه يجب أن ينسب إلى سان سيمون وحده الشرف الذي نسبه بعض العلماء إلى أوجست كونت بأنه أنشأ علما جديدا هو علم الاجتماع " .

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى :

– حسن الساعاتي . – **علم الاجتماع الخلدوني** . بيروت ، دار النهضة العربية ، ١٩٦٣م .

– مصطفى الخشاب . – **علم الاجتماع ومدارسه** . الكتاب الثاني ، وموضوعه : دعائم علم الاجتماع وحقائقه . مطبعة لجنة البيان العربي ، الطبعة الثالثة ، ١٩٥٨م .

– مليحة عوني القصير و معن خليل عمر . – **المدخل إلى علم الاجتماع** . جامعة بغداد ، ١٩٨١م .

– نيقولا تيماشيف (ترجمة محمود عودة وآخرين) . – **نظرية علم الاجتماع : طبيعتها وتطورها** . دار المعارف بمصر ، الطبعة الثانية ، ١٩٧٢م .

– محمود عودة . – "نشأة علم الاجتماع : دراسة في سيسيولوجيا المعرفة" ص ٤٣ – ٦٤ في : **دراسة في علم الاجتماع و الأنثروبولوجيا** . دار المعارف بمصر . الطبعة الأولى ، ١٩٧٥م .

ويضيف دور كايم إلى ذلك أن "سان سيمون لم يرسم فقط خطة هذا العلم الجديد ، وإنما حاول أيضا أن ينفذها ، كما أن جميع الأفكار التي تسود مجتمعنا الحالي تجد جذورها لدى سان سيمون" . ويؤيد هذا الرأي أيضا ، مدافعا عن سان سيمون بوصفه مؤسس علم الاجتماع ، العلامة الفرنسي " ماكسيم لو روا " ، والذي يؤكد أن أوجست كونت لم ينشئ علم الاجتماع ، وإنما الفضل في إنشائه يرجع إلى سان سيمون وحده ، الذي وجه العلوم الاجتماعية وجهة علمية .

وإلى جانب هذين الفريقين ، يرى فريق ثالث أن "أوجست كونت" (١٧٩٨م — ١٨٥٧م) هو مؤسس علم الاجتماع ، حيث أخذ هذا الفريق في الاعتبار أن هذا العلامة الفرنسي هو أول من أطلق اسما لهذا العلم الذي يهتم بالدراسات الاجتماعية .

واسم هذا العلم الذي أطلق عليه أوجست كونت اسم "سوسيولوجي" (**Sociology**) ، هو اسم علَم مركب تركيبا مزجيا[١] ، من خليط من اللغة اللاتينية واللغة اليونانية ، ويصف شقاها ما يسعى هذا العلم الجديد إلى تحقيقه وإنجازه . إذ أن المقطع "سوسيو" (**Socio**) ، وهو مشتق من الكلمة اللاتينية "سوسوس" (**Socus**) بمعنى "رفيق أو رابطة" ، يشير إلى المجتمع . أما المقطع "لوجي" (**Logy**) وهو مشتق من كلمة "لوجوس" (**Logos**) اليونانية والتي تعني كلمة "منطق" ، فهو يشير إلى الدراسة ذات المستوى الرفيع من حيث الدقة والتعمق .

وبهذا ، فإن الكلمة المركبة من المقطعين "سوسيو" و"لوجي"، "سسيولوجي" ، تعني : دراسة الروابط ، أو العلاقات ، أو كما يترجمها بعض العلماء بأنها : دراسة المجتمع دراسة تتمتع بدرجة عالية من التعميم والتجريد .

ومن الجدير بالذكر هنا ، أن أوجست كونت كان ينوي تسمية هذا العلم الجديد "الفيزياء الاجتماعية" (**Social Physics**) ، لكنه تخلى عن هذه التسمية بعد أن نشر الباحث البلجيكي " أدولف كيتليه " دراسات إحصائية عن المجتمع أطلق عليها اسم "الفيزياء الاجتماعية" [٢] .

ويأخذ الفريق الذي ينسب علم الاجتماع إلى أوجست كونت بأسباب أخرى تبرر وجهة نظرهم هذه ، حيث يذكرون أن أوجست كونت قد فصل موضوعات علم الاجتماع عن موضوعات العلوم الإنسانية الأخرى ، مثل دراسة الدين والأخلاق والسحر ، وينسبون إليه أيضا الفضل في جمع الأفكار والحقائق الاجتماعية التي كانت غير منظمة ، بل ومبعثرة بين العلوم الإنسانية الأخرى ، وأنه أخرجها في إطار علمي منسق ، كما أنه أجرى مسحا تاريخيا لجميع العلوم ، واعتبر الرياضيات أولى العلوم ومفتاحها جميعا ، كما أنه وضع علم

---

(١) يحضرنا هنا كلمة للرئيس معمر القذافي قالها منذ شهور عند الحديث عن القضية الفلسطينية وهي وهي كلمة " إسراطينية " ، وهي مركبة تركيبا مزجيا من كلمة إسرائيل وكلمة فلسطين ..

(٢) ومما يذكر في عملية اختيار اسم يحضرنا مثلا ، أننا كنا قد بدأنا بحثا عن الطفل ، وفوجئنا بزميل لنا يستعين بعنواننا نفسه عنوانا لكتاب له ، مما جعلنا نختار اسما آخر لكتابنا الذي تضمن نتائج البحث المذكور . ارجع إلى : علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية . مرجع سابق .

الاجتماع في نهاية سلم العلوم ، واعتبره تاجا لها ، ومصدرا لكافة العلوم الإنسانية الأخرى . وكان ترتيب أوجست كونت للعلوم على النحو التالي :

١ ــ الرياضيات
٢ ــ الفلك
٣ ــ الفيزياء
٤ ــ الكيمياء
٥ ــ علم الأحياء
٦ ــ علم الاجتماع

وقد اعتبر أوجست كونت كل علم في هذا السلم التدريجي يعتمد على ما سبقه من العلوم . وكان تصنيف وجست كونت لعلم الاجتماع بعد علم الأحياء قائما على اعتبار أن جميع العلوم تهتم بالجزئيات لا بالكليات ، ما عدا علم الأحياء الذي يهتم بالكليات ويدرس الجزئيات من خلال ارتباطها بالكليات ، وهذا يشبه علم الاجتماع الذي يدرس الجزئيات ضمن الكليات ، لذلك صنّفه أوجست كونت بعد علم الأحياء بسبب هذا التشابه .

وقد استند أيضا الفريق الذي يرى أوجست كونت مؤسسا لعلم الاجتماع إلى أن هذا العلامة قد حدد أيضا منهجا للبحث في علم الاجتماع ، ويقوم هذا البحث على الملاحظة ، والتجربة ، والمقارنة .

وعند تحديد موسس لعلم الاجتماع ، وإلى جانب الفرق الثلاث السابق ذكرها ، يرى بعض المهتمين بعلم الاجتماع أن هذا العلم لم يظهر بشكله المتكامل إلا من خلال كتابات الألماني "كارل ماركس"(١٨١٨م ــ ١٨٨٢م)، وخاصة كتاباته المادية ، لأنها طرحت نظرية ومنهجا وفلسفة جديدة تدرس الطبقة العاملة في المجتمعات الإنسانية [1] ، وركزت على تناقض الحياة المادية مع الحياة المعنوية وما تفرزه من إشكاليات اجتماعية واقتصادية داخل البناء الاجتماعي . إلا أن وجهة النظر هذه تهمل الأسبقية الزمنية في التسمية ودراسة باقي جوانب الحياة الاجتماعية غير المتناقضة .

خلاصة القول هنا ، هي أننا يمكننا أن نستنتج مما تقدم أن كل فريق أو بأسلوب آخر ، كل مدرسة من هؤلاء ــ أخذت برأي معين في اعتبار عالم بعينه مؤسسا لعلم الاجتماع ــ قد انطلقت من الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والفكرية التي تعيش فيها ، هذا من جانب ، كما أنها من جانب آخر قد أخذت أيضا في الاعتبار إسهامات هذا العالم أو ذاك في وضع اللبنات الأساسية لهذا العلم الذي ندرسه . إلا أننا يمكننا أن نأخذ برأي مجموعة من الباحثين والعلماء تعد ابن خلدون وأوجست كونت معا المؤسسين لعلم الاجتماع ، الأول لأنه عرّف مجالات هذا العلم وحدد منهجه ، والثاني لأنه هو الذي أطلق على هذا العلم الاسم الذي مازال معروفا به حتى الآن : **(Sociology)** .

---

(١) زيدان عبد الباقي . ــ وكائز علم الاجتماع .دار المعارف بمصر ، ١٩٧٥م .

وأيضا : مليحة عون القصير ومعن خليل عمر . ــ مرجع سابق .

ثانيا ــ موضوع علم الاجتماع

كما انقسم علماء الاجتماع عدة فرق عند تحديدهم لمؤسس علم الاجتماع ، انقسموا أيضا عند تحديدهم لموضوع علم الاجتماع إلى ثلاث طوائف :

١ ــ تذهب الطائفة الأولى إلى أن موضوع علم الاجتماع ، هو دراسة العلاقات الاجتماعية . ويتزعم هذه الطائفة "جورج سيمل" (G. SIMMEL) ، ويتبع هذه المدرسة كل من "فركانت" (VIERKANDT) و"ماكس فيبر" (M. WEBER) . وقد انقسم أتباع هذه المدرسة إلى فرق وّجهت إليها الانتقادات الشديدة وأصبحوا يمثلون ثلاثة اتجاهات رئيسية :

(أ) التزم فريق منهم بدراسة العلاقات الاجتماعية في صورها المجردة ، ويحاول ردها إلى عناصرها الأولية .

(ب) واختص فريق آخر بدراسة هذه العلاقات كما تنشأ في المجتمع بين أفراده ، غير أنهم قسموا العلاقات الاجتماعية قسمين : علاقات ثابتة ومنظمة وهي في نظرهم موضوع علم الاجتماع ، وعلاقات غير ثابتة وغير مستقرة ولم يشملها التنظيم ، وهذه تخرج بطبيعتها عن موضوع العلم .

(ج) ويرى الفريق الثالث أن موضوع علم الاجتماع هو دراسة جميع العلاقات الاجتماعية الثابت منها وغير المستقر ، المنظم وغير المنظم ، المباشر وغير المباشر ، لأن مثل هذه العلاقات غير المستقرة تأخذ سبيلها إن عاجلا أو آجلا إلى التنظيم والاستقرار والثبات .

٢ ــ أما الطائفة الثانية ، فإنها ترى أن تقوم بجانب علم الاجتماع طائفة أخرى من العلوم الاجتماعية الجزئية يتناول كل منها دراسة ناحية من نواحي الحياة الاجتماعية . ويؤيد هذا الاتجاه كبار علماء الاجتماع أمثال دور كايم ، وهوبهوس ، وجنزبرج .

٣ ــ وتضم الطائفة الثالثة مجموعة من العلماء لا يمثلون اتجاها واحدا ، ولكنهم يمثلون وجهات نظر خاصة . فمنهم مثلا من يذهب إلى أن علم الاجتماع هو علم النظم الاجتماعية ، وأشهر من نحى هذا الاتجاه العلامة الفرنسي "كوفييه" (CUVILLIER) . ومنهم أيضا من يذهب إلى أن الموضوع الأساسي لعلم الاجتماع هو دراسة المبادئ التي تؤدي إلى الوحدة في المجتمع ، ودراسة القوى التي تدفع بالمجتمع إلى التطور ، وأشهر المؤيدين لهذا الرأي العلامة الأمريكي "ماك ايفر" (Mac IVER) .

ويذهب بعض العلماء إلى القول أيضا بأن موضوع علم الاجتماع هو دراسة التغير الاجتماعي ، وما ينطوي عليه من تقدم في التنظيم والعلاقات والوظائف الاجتماعية ، وأشهر علماء هذا الاتجاه العلامة الأمريكي "سمول" (SMALL) .

وفي حالة ما إذا تركنا كل هذه التفصيلات والخلافات جانبا ، فإننا نجد أن هناك شبه إجماع استقر عليه علماء الاجتماع بخصوص الموضوعات الأساسية للدراسات الاجتماعية (السسيولوجية) وهي :

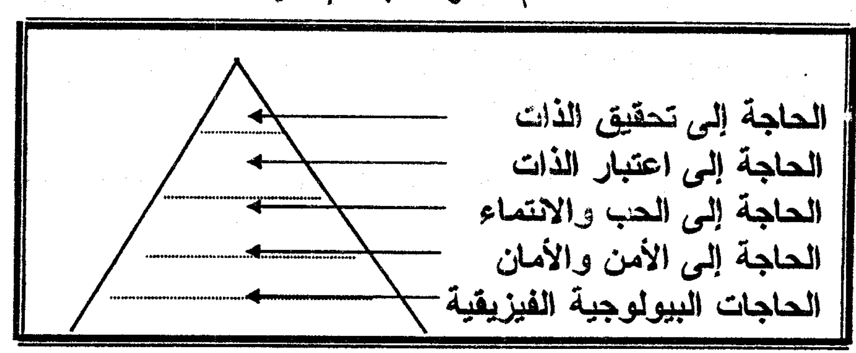
١ ـ دراسة الظواهر الاجتماعية .
٢ ـ دراسة العمليات الاجتماعية .
٣ ـ دراسة الثقافة .
٤ ـ دراسة التغير في الثقافة وفي البناء الاجتماعي .

وبذلك ، فإن علم الاجتماع يتناول جميع الموضوعات التي تتناول الفرد من حيث وجوده في المجتمع ، أي من حيث طبيعته الاجتماعية ، وهذا التحديد الشامل لمجالات الدراسة في علم الاجتماع يستبعد أي موضوع يتعلق بطبيعة الفرد النفسية ، كما يستبعد طبيعة الفرد الفيزيقية ؛ فمن المعروف أن للإنسان ثلاث طبائع أساسية متمايزة ، ويعبِّر كل منها عن ناحية محددة في الإنسان :

١ ـ طبيعة فيزيقية حيوية بوصفه كائنا حيا يخضع لظروف البيئة الكلية المحيطة به .
٢ ـ وطبيعة نفسية باعتباره ذاتا فردية لها كيانها .
٣ ـ وطبيعة اجتماعية يشعر الفرد بمقتضاها أن كيانه متوقف على معيشته مع غيره في مجتمع معين ، وأنه لا يمكن أن يعيش بمفرده ، بل إنه لابد أن يكيف سلوكه وتصرفاته وفق قواعد ونظم يرتضيها مجتمعه [١] ، حتى يشبع حاجاته الأساسية .

وقد صور لنا "أبراهام ماسلو" (A. H. MASLOW) الحاجات الأساسية للإنسان في شكل سلم ، هرم ، قاعدته الأساسية الحاجات البيولوجية التي يتفق فيها الإنسان مع غيره من المخلوقات ، وقمته الحاجة إلى تحقيق الذات[٢] ،والذي يمكن تصويره على النحو التالي :

شكل رقم "١"
سلم "ماسلو" للحاجات الإنسانية



(١) Daniel LERNER .- " Toward a New Paradigm" . in : W. SCRAMM & D. LERNER (ed.) .- **Communication and Change:** The Last Ten Years and the Next . The University Press of Hawaii . 1976 .
(٢) A. H. MASLOW . – "A Theory of Human Motivation" P. 370-396 in : **Psychological Review** . 1943 .

وبالنظر إلى هذا الترتيب ، الذي يعد الحاجات البيولوجية الفيزيقية الطبيعية أساس هذه الحاجات الأولية وأهمها ، ويليها الحاجة إلى الأمن والأمان ، نجد أن ما قاله "ماسلو" في الأربعينيات من القرن العشرين ، يتفق مع ما جاء في القرآن الكريم في سورة قريش : بسم الله الرحمن الرحيم (لإيلاف قريش إيلافهم . رحلة الشتاء والصيف . فليعبدوا رب هذا البيت . الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف) صدق الله العظيم .

ثالثا ـــ علم الاجتماع وفروعه

يعرف علم الاجتماع بأنه " علم وصفي تقريري يرمي إلى دراسة شئون الحياة الاجتماعية (من دعائم وظواهر ونظم وتيارات اجتماعية) ، دراسة علمية تحليلية مقارنة ، لشرح ما هو كائن وليس لبيان ما ينبغي أن يكون" . ومثال لهذا النوع من الدراسات ، الدراسة التي قام بها العلامة الفرنسي "إميل دور كايم" للظواهر الاجتماعية ، والتي اعتبرها أحد أنواع السلوك والذي يشترك فيه كافة أفراد المجتمع ، حيث يرى أن هذه الظواهر ذات وجود خاص مستقل عن الصور التي تظهر في الحالات الفردية ، كما أنها تباشر نوعا من القهر الخارجي على الأفراد . وسوف نتحدث عن الظاهرة الاجتماعية بشيء من التفصيل فيما بعد .

وقد كان لاتساع نطاق علم الاجتماع ، وتنوع الميادين التي يغطيها بالدراسة ، أن درج كثير من العلماء إلى تقسيمه إلى فروع مثلما فعل علماء آخرون في علوم أخرى ، حيث يمكننا أن نأخذ في دراستنا هذه بالتقسيم الذي يقسم علم الاجتماع إلى الأقسام التالية [1] :

أ ـــ علم الاجتماع العام

وهو فلسفة العلم والمدخل إلى دراسة العلوم الاجتماعية . ويجب أن يشمل هذا العلم دراسة المقومات العامة للحياة الاجتماعية والبحث في طبيعة المجتمع وأشكاله ، وخواص ظواهره ونظمه ، والعلاقات والروابط الاجتماعية سواء بين الأفراد أو بين النظم والظواهر .

ويجب أن يشمل هذا العلم أيضا أسس الدراسة ، ومنهج البحث ، والطرق العلمية المؤدية إلى كشف القوانين الاجتماعية ، ومراتب هذه القوانين من حيث العمومية وضبط الأحكام . ويدخل في نطاق هذه المناهج المبحث الذي يسمى "قياس الظواهر ـــ أو الظاهرات ـــ الاجتماعية" (Sociometry) . ويلحق بهذا العلم كذلك دراسة التفكير الاجتماعي والمدارس الاجتماعية المعاصرة ، وذلك للوقوف على ماضي العلم وحاضره وما ينتظر منه لتحقيق مجتمع المستقبل .

ب ـــ علم أصول الحضارات وتطورها

وهو العلم الذي يدرس المجتمعات المتأخرة ، وأصول المدنيات القديمة وتفرعها وتشعبها ، وانتشار التراث الثقافي ، ومظاهر التخلف الثقافي ، والقوى الاجتماعية المؤثرة

(١) للاستزادة ارجع إلى : مصطفى الخشاب . ـــ مرجع سابق .

وإلى مليحة عوني القصير ومعن خليل عمر . ـــ مرجع سابق .

في التطور الاجتماعي سواء كان هذا التطـور جزئيا أو كليا . ويجب أن يشمل هـذا العلـم المباحث والدراسـات التالية :

١ ـ **علم الإنسان والأجناس ولاسيما الجانب الاجتماعي منها ، وهو ما يسمى بعلم** الأنثروبولوجيا والإثنوغرافيا الاجتماعي ، والذي يسميه بعض العلماء باسم :

"Social Anthropology and Ethnography Anthroposociology"

٢ ـ **علم الاجتماع الثقافي** ، ويدرس الثقافة وانتشارها ، وعناصر التراث الثقـافي ومظاهر تخلفه ، وهو ما يطلق عليه اسم : **' Sociology of Culture '**

٣ ـ **التطور والتغير الاجتماعي** ، وهو ما يسمى : **' Sociology of Change'**

ج ـ المورفولوجيا والديموغرافيا

ويشمل هذا العلم فرعين :

١ ـ **المورفولوجيا** ، أو الدراسة البنيوية ، وهي دراسة بنيـة المجتمـع وتركيبـه وطبقاته والمسائل المتعلقة بنمو المدن وتخطيطها والوظائف التي تؤديها .

٢ ـ **الديموغرافيا** ، أو الدراسة السكانية ، وتدرس المسـائل المتعلقـة بالعناصـر السكانية ، والتوزيع السكاني ، ومظـاهر الكثافـة السـكانية ، والتخلخـل السكاني ، والهجرة الداخلية والخارجية والموسمية ومبلغ ارتباطها بالنشـاط الاجتماعي، ويسمى هذا الفرع باسم "علم السكان".

د ـ العلوم الاجتماعية الخاصة (أو ما يسمى بعلم الوظائف الاجتماعية) وهي :

١ ـ **علم الاجتماع الأسري** ، ويدرس الأسرة وما يتصل بها من ظواهر ونظم .

٢ ـ **علم الاجتماع الاقتصادي** ، ويدرس الظواهر والنظم الاقتصادية في المجتمع .

٣ ـ **علم الاجتماع السياسي** ، ويدرس الظواهر والنظم السياسية وما يتصل بها من مشاكل والعلاقات الدولية [١].

٤ ـ **علم الاجتماع القضائي والجنائي** ، ويدرس الناحية القانونية والقضائية والنظم المتصلة بالمسؤولية والجزاء والانحرافات الشاذة والجرائم وما إليها .

٥ ـ **علم الاجتماع النفسـي** ، ويدرس نفسية الشعوب والقوى المؤثرة في الجماهير والزعامة ومقوماته والرأي العام واتجاهاته [٢] .

٦ ـ **علم الاجتماع الأخلاقي** ، ويدرس المعـايير الأخلاقيـة والعـرف والعـادات والتقاليد .

٧ ـ **علم الاجتماع الجمالي** ، ويدرس معايير الجمـال والفـن باعتبـاره ظـاهرة اجتماعية .

٨ ـ **علم الاجتماع اللغوي** ، ويدرس اللغة في نشأتها وتطورها وتشعبها وصراعها مع غيرها من اللغات وقيام اللهجات .

---

(١) ارجع إلى : زيدان عبد الباقي ـ علم النفس الاجتمـاعي في المجالات الإعلامية .مكتبة غريب ، القاهرة ، ١٩٧٨م .

(٢) Roger Gérand SCHWARTZENBERG . – **Sociologie politique** . Collection Université Nouvelle . Editions Montchrestien , Paris , 1974 ,
& Jean-Pierre COT & Jean-Pierre MOUNIER .- **Pour une sociologie politique** Deux Tomes . Collection "Plitique" , Editions du Seuil . Paris , 1974 .

٩ ــ **علم الاجتماع التربوي** ، ويدرس النواحي التربوية ولا سيما التربية الوضعية التي تتجه بالنظم التعليمية نحو الغايات العلمية والتطبيقية ونحو تحقيق أهداف المجتمع ومطالبه .

١٠ ــ **علم الاجتماع الديني** ، ويدرس النظم الدينية من معتقدات وطقوس وعبادات.

١١ ــ **علم الاجتماع المدني (الحضري) والريفي** ، أو بأسلوب آخر، دراسات في البيئة الاجتماعية (**Urban and Rural Sociology**) ، والذي يسميه بعض علماء الاجتماع في الولايات المتحدة الأمريكية باسم (**Sociology of Ecology**) . وقد كان الدافع وراء قيام هذا المبحث الجديد الذي يخص علم الاجتماع المدني والريفي هو سرعة نمو المدن الصناعية وزيادة مؤسساتها ، وتعقد العلاقات الاجتماعية فيها ، وتغير مستويات المعيشة بتغير الظروف الاقتصادية والسياسية ، وتبعا لزيادة عدد السكان ، وما كان لمسائل التصنيع من أثر في هجرة الأفراد من الريف إلى المدن ، ومن تحسن في وسائل المواصلات. ويهتم القائمون بهذه الدراسة بالمسائل المتعلقة بالتركز السكاني والهجرة و"الانعزال المحلي" (**Segregation**) لبعض الطوائف والطبقات الاجتماعية ، وانحلال الروابط المحلية والأسرية ، وانخفاض معايير الذوق العام . ويدخل بعض العلماء في نطاق هذا العلم الفرع الجديد المتعلق بشئون التصنيع ، وهو علم "الاجتماع الصناعي".

١٢ ــ علم الاجتماع الحربي ، أو سسيولوجيا الحرب . وهو العلم الذي يدرس الحرب من حيث نشأتها ودوافعها وأسبابها الكامنة في طبيعة المجتمعات ، والنظريات التي قيلت في تفسيرها . وقد تقدم هذا العلم تقدما كبيرا في إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية ، لا سيما بعد الحرب العالمية الثانية ، لأن العلماء المحدثين أدركوا أن قوة الدفاع لا تتوقف فحسب على إعداد الجيوش من النواحي المادية والفنية ، بل يجب أن يدخل في تقدير المشرفين على شؤون الدفاع المسائل الاجتماعية، ودراسة نفسية الشعوب ، فلا يقتصرون على ما تقدمه لهم العلوم الطبيعة من خدمات لاستغلال الطاقة المادية ، بل يجب الاهتمام بما تقدمه العلوم الإنسانية ، ونخص منها العلوم الاجتماعية بما تقدمه من معلومات تفيد شؤون الحرب .

١٣ ــ علم الاجتماع التطبيقي ، وهو العلم الذي يدرس درجة الانتفاع بحقائق علم الاجتماع والقوانين الاجتماعية في الإصلاح الاجتماعي ، ومحاولة الارتقاء بالنظم والأوضاع القائمة ، ومعالجة المقبل منها . ويدخل في هذا الدراسات المتعلقة بالتنظيم والتنسيق الاجتماعي ، والرقابة الاجتماعية ، والتخطيط الاجتماعي ، والهندسة الاجتماعية ، وما إلى ذلك من الأمور التي ينطوي عليها الإصلاح الاجتماعي .

وإلى العلوم الاجتماعية الخاصة ، أو ما يسمى باسم "علم الوظائف الاجتماعية" ، يمكننا أن نضيف هنا فروعا حديثة في علم الاجتماع وهي :

١٤ ــ علم اجتماع المعرفة [١].
١٥ ــ علم اجتماع الفن [٢].
١٦ ــ علم الاجتماع الإعلامي

ما سبق ، يدل دلالة واضحة على أن علم الاجتماع ينمو ويتشعب باستمرار ، حيث تظهر علوم جديدة تربط بينه وبين سائر العلوم . فقد أصبحنا نقرأ مثلا عن علم النفس الاجتماعي ، وعلم الاجتماع النفسي [٣] ، وكذلك علم الاجتماع السياسي ، وعلم السياسة الاجتماعية ... ، كذلك الأمر بالنسبة للإعلام ، فقد أصبح في الإمكان قيام علم يخص الاجتماع الإعلامي ، وآخر للإعلام الاجتماعي ، وذلك بعد أن أصبحنا في حاجة ماسة لدراسة اجتماعية لوسائل الإعلام ، وترجع أهمية القيام بهذه الدراسات الاجتماعية لوسائل الإعلام إلى ظهور تغيرات في المجتمعات نسبت إلى تلك الوسائل[٤] .

تأصيلا على ذلك ، نستطيع القول بأن علم الاجتماع بفروعه المتعددة يتناول مختلف المجالات والأنشطة التي يمارسها الفرد في المجتمع ، وهذا يفسر لنا مدى ارتباط علم الاجتماع بعلوم إنسانية مثل التاريخ والجغرافيا وعلم النفس ، وكذلك ارتباطه بالعلوم الاجتماعية الأخرى مثل السياسة والاقتصاد والإعلام .

فالعلاقات الاجتماعية ــ موضوع علم الاجتماع ــ تتأثر بعوامل كثيرة ، منها أحوال الفرد النفسية ، والظروف السياسية والاقتصادية التي تتم في إطارها هذه العلاقات ، بل وتتأثر هذه العلاقات الاجتماعية بالعوامل الجغرافية والطبيعية للمجتمع ... ، ولذلك ، فإنه توجد صلة وثيقة بين علم الاجتماع وغيره من العلوم الإنسانية ، بل وتوجد هذه العلاقة الوثيقة أيضا بين علم الاجتماع والعلوم الطبيعية . وفيما يلي بعض نماذج توضح هذه العلاقة الموجودة بين علم الاجتماع وعلوم أخرى .

رابعا ــ علاقة علم الاجتماع بالعلوم الأخرى

لإلقاء الضوء على علاقة علم الاجتماع ببعض علوم أخرى ، سنكتفي هنا بما جاء في كتب علم الاجتماع من أمثلة [٥] ، إلا أننا سنحاول تقديم تصورنا الخاص للعلاقة التي يمكن أن تقوم بين علم الاجتماع وعلم الإعلام .

---

(١) Gunter EISERMANN . – “ FONDEMENTS d' une sociologie de la connaissance empirico-systèmatique” , P 85-111 in : Jean DUVIGNARD & als .Sociologie de la connaissance . Payot , Paris , 1979 .
& Michel MAFFESOLI . – “Conflits , Dynamique Collective” in : J. DUVIGNARD & als. Ibid .

(٢) جانيت وولف (ترجمة ومراجعة ماري تريز عبد المسيح وخالد حسن) . ــ الجمالية وعلم اجتماع الفن . المجلس الأعلى للثقافة ، ٢٠٠١م .

(٣) زيدان عبد الباقي . ــ مرجع سابق .

(٤) انظر على سبيل المثال الملحق رقم "٢" .

(٥) أحمد الخشاب وآخرون . ــ مبادئ علم الاجتماع . مكتبة مصر ، الطبعة الثانية ، ١٩٥٥م .

١ ـ علاقة علم الاجتماع بعلم الاقتصاد

إذا كان علم الاقتصاد يدرس وسائل الإنتاج والاستهلاك والتوزيع ، فإن علم الاجتماع يدرس أثر توزيع الثروة على نظام الطبقات الاجتماعية ومدى الفروق الاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد ، وأثر هذه الفروق على كيان المجتمع بصفة عامة ، كما أن علم الاجتماع في حاجة إلى دراسة النظريات والمذاهب الاقتصادية ، ومدى تأثيرها على المشاكل الاجتماعية المختلفة .

فبينما يدرس الاقتصاد ظاهرة التداول مثلا على أنها حقيقة واحدة تتداول بمقتضاها السلع بطريق النقود ، فيبحث في الأسعار والعوامل التي تؤدي إلى انخفاضها وارتفاعها بمقتضى قوانين العرض والطلب التي تقرر أنه كلما زاد العرض وقل الطلب انخفض السعر ، وبالعكس ، كلما قل العرض وزاد الطلب ارتفع الثمن ، ينظر إليها علم الاجتماع على أنها متطورة ومتعددة وتختلف باختلاف المجتمعات ، فيثبت مثلا أن التداول كان ولا يزال في بعض المجتمعات المتخلفة يقوم على أساس المقايضة أو الهدايا الملزمة التي تتبادلها القبائل في مناسبات اجتماعية خاصة ، مثل المواسم والأعياد والحفلات الدينية ، وأن النقود ليست هي الوسيلة الوحيدة لتداول السلع والخدمات .

٢ ـ علاقة علم الاجتماع بعلم السياسة

لكل مجتمع نظامه السياسي الذي يشمل شكل الحكومة ، واختصاص السلطات القائمة فيه ، وحقوق الأفراد وواجباتهم ، وعلم الاجتماع يدرس مدى تأثير هذه النظم السياسية على النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع . فمثلا ، إذا كان النظام السياسي القائم في مجتمع ما يقوم على الروح الديمقراطية ، فإن لذلك أثره في نواحي الحياة المختلفة في هذا المجتمع ، فيتأثر بها التعليم وحرية الرأي والحرية الاقتصادية ؛ فعلم السياسة على سبيل المثال، يهتم بوضع دستور للمجتمع يحدد اختصاصات هيئاته (تشريعية وتنفيذية وقضائية) ، بينما علم الاجتماع يعني بدراسة أثر النظام السياسي على الوظائف الاجتماعية ، وعلى حقوق الأفراد وواجباتهم ، ويقارن بين أثر النظم السياسية المختلفة على هذه النواحي في المجتمعات التي تتباين في نظامها السياسي .

فإذا أخذنا أثر النظام السياسي على النظام التربوي مثلاً ، فإننا نلاحظ فرقا بين نظم التربية في ظل النظام الفاشي (إيطاليا) ونظم التربية في ظل النظام الديمقراطي... ففي ظل النظام الفاشي تتجه أساليب التربية إلى بذر بذور الخضوع المطلق ، وتقديس الشعارات ، وعدم إطلاق حرية الرأي فيما يتعلق بنظام الحكم ، وبذر بذور العنصرية والتعصب للجنسية، والحث على كراهية الشعوب المعادية ، أو المنافسة ، كما كان الحال في ألمانيا النازية مثلا (في عهد هتلر) . أما في ظل النظام الديمقراطي ، فإن فرص التعليم متاحة للأفراد ، ويتم تبادل الآراء والأفكار والمناقشات ، ويشعر الفرد بذاتيته وبمساهمته في حكم البلاد .

٣ ـ علاقة علم الاجتماع بالتاريخ

لا شك أن دراسة تاريخ المجتمع تساعد كثيرا على تفهم ودراسة الظاهرات الاجتماعية فيه ، حيث تعين دراسة التاريخ على معرفة أصول هذه الظاهرات وتطوراتها ودوافعها . فكثرة جرائم القتل المنتشرة في صعيد مصر على سبيل المثال ، قد ترجع إلى

الرغبة المتأصلة في الأخذ بالثأر ، وهنا تبين الدراسات التاريخية أصل هـذه العـادة وكيـف يتوارثها الخلف عن السلف ، وهذا يساعد الباحث كثيرا في مجال العلاج والإصلاح .

٤ ـ علاقة علم الاجتماع بعلم النفس

يبحث علم النفس في دراسة سلوك الإنسان وغرائزه وانفعالاته وميولـه الفرديـة . ولما كان الفرد لا يعيش إلا في وسط جماعي ، فإنه يتكيف ويتأثر بالبيئة الاجتماعية ، وينـتج عن ذلك أنواع من النشاط النفسي لا يمكن أن يدرسها علم النفس الفردي .

فظاهرة المحاكاة والتقليد والميول الاجتماعية ، مثل المشاركة الوجدانية والتعـاون ، ومثل غريزة التجمع نفسها ، تعتبر محاور للدراسات الاجتماعية والنفسية معا ، وكذلك دراسة الذوق العام والقيادة والزعامة وآثارها على المجتمعات والرأي العام [1] . كل تلك الأمور وما شابهها ، أصبحت موضوعا مشتركا بين علم النفس وعلم الاجتماع ، بل إن فرع علم الـنفس الذي يعني بدراسة هذه النواحي يعرف حاليا باسم "علم النفس الاجتماعي" .

٥ ـ علاقة علم الاجتماع بالجغرافيا

للأوضاع الجغرافية والعوامل الطبيعية أثر كبير في حياة المجتمعات مـن النـواحي الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ... ، حتى أن بعض العلماء ينسبون للعامل الجغرافي كـل الأثر في حياة المجتمع ، مثل أثر المناخ على سلوك الأفراد من حيث الجرائم الخلقية المختلفة ومنها السطو والقتل والنشاط الجنسي ، كما يختلف سكان الجبـال فـي عـاداتهم وتقاليـدهم وتصرفاتهم عن سكان الوديان والسهول ، ولذا كان علم الاجتمـاع يهـتم كثيـرا بالعوامـل الجغرافية في مجال دراساته الاجتماعية لأي مجتمع . فنجد مثلا في البيئات البـاردة يختلـف شكل المدارس عنها في البيئات المعتدلة أو الحارة ، حيث يتمتع هؤلاء بالتعليم فـي الهـواء الطلق في شكل فصول مفتوحة ، بينما لا يتأتى ذلك في البيئات الباردة [2]. كما يـؤثر هـذا العامل أيضا في سن الالتحاق بالمدارس ، فنجد مثلا في البيئـات البـاردة يمكـن للأطفـال الالتحاق بالمدارس في سن يتراوح ما بين ٧ و ٨ سنوات ، بينما بالنسبة للبيئات الأخـرى ، فإن الأطفال يمكن أن تلتحق بالمدارس في سن يتراوح ما بين ٥ و ٦ سنوات .

كذلك يلاحظ أيضا أن للموقع الجغرافي أثرا على الوضع السياسي للمجتمع ، فالبلاد ذات المواقع الاستراتيجية كانت ولا تزال محط أنظار المستعمرين كما هـو الحـال بالنسـبة لمصر ، وكذلك الأمر بالنسبة للثروات الطبيعية كما نرى الآن بالنسبة لما يحدث في العـراق والمطامع الأمريكية حتى ولو لبست ثوبا مستترا .

---

(١) من الكتابات التي تهم الإعلامي في هذا الموضوع : نحيل القارئ إلى مجموعة من البحوث لكل من "كارتريت" و"فستنجر" وآخرين والتي قام بترجمتها وعرضها محمد طلعت عيسى . ـ تنظيم وقيادات الجماعات :أساليب البحث والأصول النظرية . سلسلة الإنسان والمجتمع ، دار ومطابع الشعب بالقاهرة . الطبعة الأولى ، ١٩٦٥م .

(٢) يلاحظ أيضا أن المناخ يؤثر في وسائل الإعلام من هذا المنطلق نفسه ، حيث نجد في مصر على سبيل المثال دورا للسينما والمسـرح مفتوحة الأسقف وغير مغلقة في فصل الصيف ، وهي ظاهرة لا يمكن مقابلتها مثلا في دول الشمال الباردة ، والتي ظهرت فيها ـ في المقابل ـ سينما السيارات ، والتي بدأت تظهر مؤخرا في مصـر ، مع تحفظنا على ظهورها في المجتمع المصري لأسـباب يعرفهـا القارئ جيدا .

٦ ــ علاقة علم الاجتماع بالإعلام

علاقة علم الاجتماع بالإعلام هو الموضوع الذي نتناوله في كتابنا هذا بشيء من التفصيل . ولكن يجب علينا أن نشير هنا إلى أننا إذا كنا نرى أن علم الإعلام يدرس خصائص ووسائل الإعلام المختلفة وتطورها وانتشارها ... ، فإن علم الاجتماع يدرس اختلاف وسائل الإعلام باختلاف المجتمعات . فبينما يدرس علم الإعلام الخصائص العامة لكل وسيلة من وسائل الإعلام ، فإن علم الاجتماع يدرس النظم الاجتماعية والظاهرات الاجتماعية التي تؤثر في هذه الوسائل داخل المجتمع ، حيث ينظر علم الاجتماع إلى هذه الوسائل على أنها متعددة ومتطورة وترتبط بظروف المجتمع الذي تعمل فيه ... ، أي أنها لا تعمل منفردة ، بل تتأثر بالنظم والظاهرات الاجتماعية الأخرى ، كما أنها تؤثر في هذه النظم والظاهرات الاجتماعية ؛ فوسائل الإعلام مثلا في القرية ، تختلف عن وسائل الإعلام في المدينة ، وإذا كانت السمة الغالبة على نظام الحكم في مجتمع ما هي الدكتاتورية ، فإن ذلك ينعكس على وسائل الإعلام التي تصبح عندئذ بوقا للجهاز الحاكم ، بل إن ذلك يؤثر أيضا في حجم الإعلام داخل هذا المجتمع الذي يختفي منه صوت المعارضة . كذلك النظام الاقتصادي في المجتمع يتأثر ويؤثر في وسائل الإعلام ، حيث يختلف دور وسائل الإعلام نفسه باختلاف النظام الاقتصادي ، وهكذا ...[1]

خامسا ــ ماهية علم الاجتماع الإعلامي

قبل أن نتحدث عن مفهومنا لعلم "الاجتماع الإعلامي" نتعرف أولا على شروط ، أو خصائص ، قيام العلم [2] .

١ ــ خصائص قيام العلم

من أهم خصائص قيام العلم توافر الشروط التالية :

أ ــ وجود طائفة متميزة من الظواهر يتخذها العلم موضوعا للدراسة والبحث .

ب ــ خضوع هذه الظواهر في دراستها لمنهج بحث .

ج ــ الوصول في ضوء مناهج البحث هذه إلى طائفة من القوانين العلمية التي تحكم تلك الظواهر ؛ فبدون الأحكام العامة والقوانين الكلية تصبح الدراسة عديمة الجدوى ولا ينطبق عليها اسم "علم" . ولعل هذه النقطة بالذات هي التي أخرت قيام علم الاجتماع وفوتت عليه فرصة النشأة والاستقلال منذ القدم شأن فروع المعرفة الإنسانية الأخرى كما يقول عالم الاجتماع مصطفى الخشاب ــ رحمه الله [3].

٢ ــ تعريف علم الاجتماع الإعلامي

انطلاقا من المفهوم السابق لخصائص العلم ، يمكننا القول بأن علم الاجتماع الإعلامي ، الذي هو فرع من فروع علم الاجتماع ، هو **دراسة وصفية علمية تحليلية مقارنة لوسائل الإعلام ، من حيث وجودها في المجتمع الإنساني ، مؤثرة فيه ومتأثرة به .**

---

(١) ارجع في ذلك إلى الكتب والبحوث الخاصة بالدراسات الإعلامية .

(٢) انظر في تعريف العلم : عبد الحليم محمود السيد . ــ علم النفس الاجتماعي والإعلامي : المفاهيم الأساسية . دار الثقافة للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٧٩م .

(٣) مرجع سابق .

من هنا يمكن القول بأن علم الاجتماع الإعلامي هو إذن " العلم الذي يدرس وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية ، دراسة وصفية ، بمعنى ، دراسة الواقع الفعلي لهذه الوسائل ، أي دراسة ما هو كائن وليس ما ينبغي أن يكون " .

كما يؤكد هذا التعريف على أن تكون هذه الدراسة **علمية** ، مما يشير إلى أهمية أن يتحرر الدارس من سيطرة بعض المقولات والأفكار الشائعة التي اكتسبت قوة خلال فترة من الزمان .

كذلك يؤكد هذا التعريف أيضا على **موضوعية وشيئية** الدراسة ، ولن يتم ذلك إلا باستخدام مناهج البحث العلمية .

أما أن تكون هذه الدراسة **تحليلية** ، فهذا يعني إرجاع موضوع الدراسة إلى عناصره الأولية .

كما يشترط هذا العريف أيضا أن تكون تلك الدراسة **مقارنة** ، سواء مقارنة كل وسيلة بوسيلة أو بأكثر من الوسائل الأخرى ، أو مقارنة خصائص كل وسيلة في مجتمع ما مع مثيلاتها في مجتمعات أخرى . وعندما نتكلم عن "مجتمعات أخرى" ، فالمقصود هنا أوسع وأشمل من أن يتحدد ويقتصر على المجتمعات المعاصرة ، بل هناك أيضا البعد الزماني ، أي مقارنة ما يحدث حاليا في مجتمع بعينه بما حدث في المجتمع ذاته في عهود سابقة ، أو بما حدث في مجتمعات أخرى ؛ وهذا يشير إلى أن المقارنة في مثل هذه الدراسات جائزة عندما نأخذ في الحسبان عنصر الزمان أو عنصر المكان أو كليهما[1] ، أو مقارنة ما يحدث بالنسبة لوسيلة بما يحدث لوسيلة أو وسائل إعلامية أخرى .

٣ ـ خطوات الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام

تتم الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام في خطوتين :

أ ـ **دراسة "مورفولوجية"** ، وهي دراسة **بنيوية** ، أي دراسة بنية الوسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة النظر الاجتماعية .

ب ـ **دراسة "فسيولوجية"** ، **وظيفية** ، وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه كل من هذه الوسائل داخل المجتمع بغية الوصول إلى القوانين التي تحكمها . وليس بخاف أن هذه الدراسة الفسيولوجية للدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام داخل المجتمع يتطلب معرفة خصائص هذا المجتمع الذي تعيش فيه تلك الوسائل ، وهو ما يؤكد عليه "ولبور شرام" في مقدمة لواحد من كتبه[2] .

---

(١) "الزمكان" ، كما يحلو لبعض دمج الكلمتين ، كما رأينا من قبل دمج إسرائيل وفلسطين .

(٢) "There is no message except what people put into it. When we study communication, therefore, we study people ... To understand how people relate to one another" ... Wilbur SCRAMM . – **Men , Messages and Media** : look at Human Communication . Harper , Row . New York , 1973 .

٤ ــ وسائل الإعلام والظاهرة الاجتماعية

قبل الحديث عن وسائل الإعلام ، يجب أولا أن نتعرف على ماهية الظاهرة الاجتماعية ، والتي سبق وأن أشرنا إليها في الصفحات السابقة .

ا ــ ماهية الظاهرة الاجتماعية

يكاد العلامة الفرنسي إميل دوركايم ينفرد دون غيره من علماء الاجتماع بأنه بذل قصارى جهده في تشخيص الظاهرة الاجتماعية وإبراز خصائصها النوعية وما تمتاز به من صفات ، وذلك حتى يخلق لعلم الاجتماع منطقة نفوذ خاصة به .

ولكن ، ما هي الظاهرة الاجتماعية لدى دوركايم والتي أطلق عليها المصطلح الفرنسي "Le fait social" (١) ؟

وجد دوركايم أن ثمة ظواهر معينة في الحياة الاجتماعية يتعذر تفسيرها في ضوء التحليل النفسي أو الطبيعي . فهناك أنماط من السلوك ، وضروب من التفكير ، وحالات من الشعور ، تتميز بأنها خارجة عن الفرد ، أي أن لها وجودا خاصا ومستقلا عن الصور التي تظهر في الحالات الفردية ، كما أنها تتمتع بقوة وتباشر نوعا من القهر على الأفراد . وقد قسم دوركايم الظاهرات ، أوالظواهر ، الاجتماعية إلى نوعين :

النوع الأول : **ويشمل الظواهر الاجتماعية العامة والتي تفرض نفسها على كافة شرائح المجتمع .**

النوع الثاني : **ويضم الظواهر الاجتماعية الخاصة التي تظهر في بعض شرائح المجتمع تحت ظروف اجتماعية خاصة ، وفي فترة زمنية محددة .**

والأمثلة التي يمكن أن نعطيها للظواهر الاجتماعية عديدة . ومن أهم الظواهر التي يمكن أن نذكرها هنا : قواعد الأخلاق ، والأسرة ، والممارسات الدينية ، وقواعد السلوك المهني ... ، مثل هذه الحقائق هي ظواهر اجتماعية من وجهة نظر دوركايم ، وهي التي تشكل لديه الميدان الحقيقي لعلم الاجتماع . وبهذا فإن علم الاجتماع لدى دوركايم هو إذن "دراسة الظواهر الاجتماعية" . ويمكن الكشف عن الظواهر الاجتماعية لدى دوركايم بطريقتين :

الطريقة الأولى ، وذلك من خلال القوة القاهرة والملزمة التي تمارسها على الأفراد ، والتي تتجلى عموما في الجزاءات المصاحبة لأنماط السلوك .

---

(2) Emile DURKHEIM . – **Les règles de la méthode sociologique** . PUF , 10e édition , Paris , 1947 .

أما الطريقة الثانية ، فتتمثل في انتشارها وعموميتها في الجماعة .

وتأصيلا على رؤية دوركايم لهذه الظواهر الاجتماعية ، فإنه يُخرج المحاكـاة مـن دائرة الظواهر الاجتماعية ؛ لأنه يرى أن المحاكاة عملية فردية تكمن في الفرد ذاته برغم مـا قد يترتب عليها من نتائج اجتماعية . وقد اختلف "جبرييل تـارد" (١٨٣٤م ــ ١٩٠٤م) مـع دوركايم في شـأن المحـاكاة ، حيث اعتبرها تـارد ظاهرة اجتماعيـة [١] ، ونحـن نتفـق وتارد في أن المحاكاة ظاهرة اجتماعية ؛ **فالمحاكاة من وجهة نظرنا الاجتماعية/النفسية قـد يكون لها من القوة والانتشار ما يجعلها تشكل سلوكا عاما في مجتمع ما[٢] .**

خلاصة القول هنا هي اعتماد المدرسة النفسية في تفسيرها للحياة الاجتماعية علـى المحاكاة والتقليد والتي تأخذ ثلاث مراحل هي [٣] :

(أ) **مرحلة الصـعود** : أي بداية المحاكاة .
(ب) **مرحلة الانتشار** : والتي يكون فيها التقليد قويا وفعالا .
(ج) **مرحلة الانحـدار** : والتي تشير إلى انتهاء فترة التقليد والمحاكـاة ، والتـي تمهد لاختفاء الظاهرة موضوع المحاكاة في المجال الاجتماعي .

وترى المدرسة النفسية أيضا بأنه لا يمكن دراسة المجتمع بشكل علمي إلا إذا درسنا تكرار وتماثل سلوك الأفراد في المجتمع. ومفهوم التقليد عند هذه المدرسة يعني "النفس فـي الذاكرة" [٤] ، والعادة التي تنتقل للفرد من خلال إعجابه بنماذج فردية تطمح إلـى تقليـدها ، **وبهذه الصورة يصنف التقليد على أنه ظاهرة اجتماعية من وجهة نظـر هـذه المدرسـة النفسية** ، حيث يمكن أن نستخلص من ذلك أن هذه المدرسة لا تفرق بين الظواهر الاجتماعية والنفسية ، إلى جانب أنها تنظر للحياة الاجتماعية على أنها :

١ ــ عملية تقليد دائمة التوسع لاستيعاب ابتكارات جديدة .
٢ ــ عملية معارضة وحركات صراع لهذا التقليد .
٣ ــ ظهور ابتكارات جديدة من داخل هذا الصـراع تصـبح بـدورها مركزا وموضوعا جديدا للتقليد ، وهكذا ...

نحن إذن نأخذ برأي "تارد" ، حيث نـرى أن المحاكـاة والتقليـد مـن الظـواهر الاجتماعي ، بالرغم من أنها قد تشكل أحيانا "هوجة" ، أو بأسلوب آخر ، "موضـة" ، تظهـر لفترة محدودة بالنسبة لأفراد في المجتمع وما تلبث أن تختفي بعد فترة ، طالت هذه الفتـرة أو قصرت ؛ والأمثلة عديدة لتوضيح ذلك ، وأبسطها قص شعر الرأس تمـثلا بأحـد أبطـال

---

(١) Gabiel TARDE . – les lois sociales . PUF , Paris , 1921 .
– **Les lois de l'imitation . PUF , Paris , 1890 .**

(٢) نذكر على سبيل المثال انتشار ارتداء الجلباب الأبيض في الشارع المصري بعد ظهور البترول في الدول العربية وهجرة العمالة المصرية إلى دول النفط .

(٣) انظر مؤلفات كل من : "سمول" و "جيدنجز" و "كولي" و "هوهوس" و "وسترمارك" ...

(٤) مليحة عوني القصير ، و معن خليل عمر . ــ مرجع سابق .

الأفلام السينمائية ، أو التشبه بآخر من حيث إطلاق اللحية بشكل خاص ، أو ارتداء زي معين ، أو حتى استخدام لكنة ما ، أو مفردات "لغة" غير معروفة من قبل ... ، هذا وإن كنا لا نرى **خروجا في ذلك عن خصائص الظاهرة الاجتماعية لدى دوركايم الذي يأخذ بوجود ظواهر عامة وأخرى خاصة .**

٢ ــ خصائص الظاهرة الاجتماعية كما حددها دوركايم

إلى جانب تقسيم دوركايم للظواهر الاجتماعية إلى ظواهر عامة وظواهر خاصة ، حدد دوركايم النقاط التالية على أنها صفات وخصائص للظاهرة الاجتماعية :

أ ــ **أنها موضوعية** : أي أن لها وجودا خارج عن شعور الفرد ، لأنها ليست من صنع نفسه ، بل يتلقاها من المجتمع الذي نشأت فيه . والظاهرة في هذه الحالة ليست وليدة التفكير الذاتي ، إنما أشياء خارجة عن الشعور الفردي ، مثل اللغة والدين والقانون ، وتنتقل من جيل لآخر دون أن تتأثر بتغير الأفراد .

ب ــ **أنها إلزامية** : لما كانت الظاهرة خارجة عن شعور الفرد ، فهي إما أن تكون حاملة صفة الجذب أو مفروضة على شعوره وسلوكه دون أن يشعر بها ويستجيب لها تلقائيا مثل : الأخلاق واللغة والدين وأنماط الأزياء والتراث .

ج ــ **أنها إنسانية** : أي تنشأ داخل المجتمع الإنساني وتشمل أساليب وقواعد التفكير والعمل الإنساني .

د ــ **أنها تلقائية** : أي يمارسها الفرد دون تردد لأنها من صنع المجتمع ، ومثال ذلك : المعتقدات الدينية والأخلاقية .

هـ ــ **أنها مترابطة** : وذلك مع بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى ، ومع البيئة الاجتماعية التي ولدت فيها .

وعندما يؤكد دوركايم على موضوعية الظواهر الاجتماعية وضرورة النظر إليها ومعالجتها على أنها أشياء أو وقائع قائمة بذاتها بعد الفكرة التي كانت سائدة في علم الاجتماع حين كان يعني بالتصورات بدلا من التركيز على الأشياء ، فإن دوركايم يؤكد على أن **الغاية الأساسية لعلم الاجتماع هي تحقيق الموضوعية** ، وأن مَثَلَ عالم الاجتماع مثلُ عالم في العلوم الطبيعية والذي يفترض أنه يرتاد ميدان غير معروف وغير مكتشف . وحينما يقوم العالم بإجراء بحثه على هذا النحو ، فإنه يستطيع أن يتعرف على الظواهر من خلال ملاحظة الظواهر الخارجية الملموسة مثل الولاء الديني والمكانة الزواجية ومعدل الانتحار ....، ويؤكد دوركايم أن هذه الظواهر التي أمكن إدراكها عن طريق التحليل المتعمق لها ، إنما هي بمثابة انعكاس لظروف اجتماعية معينة ؛ فإن معدلات الانتحار ــ مثلا ــ قد تصور انخفاض درجة التضامن الاجتماعي في مختلف أنماط الجماعات .

والواقع ، أن معالجة دوركايم للظواهر الاجتماعية قد عملت على خلط كثير من الحقائق السيكولوجية المهمة ببعض الأفكار القابلة للنقاش ، فهو يعتقد مثلا أن من الخطأ تفسير الظواهر الاجتماعية في ضوء سلوك الأفراد ودوافعهم ، ويُرجع ذلك إلى أن صياغة الظاهرة الاجتماعية تقتضي أن يخضع السلوك الفردي لعملية تشبه تركيب القوى ، بحيث تكون المبادئ التي تحكم هذه العملية غير مبادئ علم النفس الفردي .

٣ ــ تعريف الظاهرة الاجتماعية

هناك من يعرف الظاهرة الاجتماعية بأنها **"تفاعل بين شخصين أو أكثر"** . ولكي يتم هذا التفاعل ، يتعين أن يكون الفعل الإنساني الصادر عن شخص معين معتمدا على وجود فعل سبقه صدر عن شخص آخر . ومن الممكن بالطبع ملاحظة التفاعل بطريقة مباشرة طالما أن الفعل يمثل حركة في العالم الخارجي . أما عن عنصر الاعتماد ، فنحن نستطيع اكتشافه من خلال التفسير الذي يمكن أن يقدمه ملاحظ مشارك يستعين بقدراته في إعادة بناء عقلي للعمليات التي توحي بها إليه الأفعال الصادرة عن الآخرين .

وحينما يحدث التفاعل ، فإننا نستطيع عندئذ القول بأن الأفراد قد أصبحوا أطرافا في علاقة اجتماعية . وحينما تستمر هذه العلاقات الاجتماعية وتدور ، فإنها تشكل جماعات اجتماعية تتألف من أشخاص أو أجزاء لكل منها ذاتيتها وفرديتها ، وذلك يعني أن الكل يمتلك خواصا يمكن ألا تتوافر في أي من هذه الأجزاء منفردة . ويعكس هذا التعدد النزعة السسيولوجية الواقعية المعتدلة التي هي سائدة الآن .

٤ ــ نشأة الظاهرة الاجتماعية

يحتاج الناس في المجتمع الواحد إلى تبادل الآراء والأفكار ، فتظهر اللغة التي يكون لها قواعد خاصة تختلف من مجتمع إلى مجتمع آخر ، فلا بد من أن يكون لكل مجتمع لغته الخاصة ، أو لهجته ، وهي تتولد تلقائيا من اجتماع الناس مع بعضهم .

كذلك يشعر الناس أيضا بحاجتهم إلى حفظ النوع والتوريث فتنشأ الأسرة ، حيث الأسرة هنا ظاهرة اجتماعية لها قواعدها ونظمها الخاصة التي ترمي إلى تنظيمها وتنسيق العلاقات بين أفراد العائلة بعضهم مع البعض الآخر مثل تنظيم وسائل الزواج والطلاق والميراث ... ، ويشعر الناس كذلك بحاجتهم إلى تبادل المنافع فيظهر تقسيم العمل والتعاون في إنتاج ما يحتاج المجتمع إلى استهلاكه من الحاجات الضرورية والكمالية .

يمكننا أن نوجز ما سبق ذكره في أن الظاهرة الاجتماعية تتولد من تلقاء نفسها كلما اجتمع الناس مع بعضهم ، وكلما ترابطت وتشابكت مصالحهم ، وكلما اتحدت رغباتهم وتفاعلت مشاعرهم ، يحدث هذا لتنظيم العلاقات فيما بين الأفراد داخل المجتمع .

وانطلاقا من هذا ، يمكننا أن نأخذ بأن وسـائل الإعلام ـ **بصفة عامة** ـ **ظـاهرة اجتماعية** ، **تختلف باختلاف المجتمعات** ، **وعلى مر العصور** . كما أن ما نطلق عليه اسـم "وسـائل الإعلام الجماهيرية" ، والتي تقوم بنقل الأفكار في رسائل مطبوعـة أو إليكترونيـة بين الأفـراد والجـماعات ، تسـمح للإنسان الاجتماعي ، الذي يتصل بأمثاله ، أن يتغلـب على عنصري الزمان والمكان ؛ أي أننا **نعد وسائل الإعلام وسـائط لنقل التفاعل بين أفراد المجتمع الإنسـاني** "الكبير" ، أو ما يطـلق عليه العـالم الـفرنسي "روبيـر إسـكاربيت" اسـم " المجتمع ذو الحجم الضـخم " **(Hyper-dimension)** [1].

(١) Robert ESCARPIT . – **La théorie de l'information et pratique politique** . Editions du Seuil , Paris , 1981

المبحث الثاني
اهتمام العلماء بالاجتماع الإعلامي

أولا ــ بداية الاهتمام بالدراسات الإعلامية

اهتم بعض العلماء ، ولفترة طويلة ، بالمسار الخطي للرسالة الإعلامية ، من "المرسل" إلى "المستقبل" ، وذلك عندما ذاع في عام ١٩٣٤م نموذج عالم السياسة الأمريكي "هارولد لازويل"(Harold LASSWELL) ، والذي تبناه في عام ١٩٤٨م في بناء نموذج يصلح للدراسات الخاصة بالإعلام ، نظرية للإعلام ، قائمة على خمسة تساؤلات هي [١]:

من ؟	**Who ?**
يقول ماذا ؟	**Says What ?**
بأي وسيلة ؟	**In Which Channel ?**
لمن ؟	**To Whom ?**
وما هو التأثير ؟	**With What Effect ?**

وحول هذه التساؤلات الخمسة ، وخلال الفترة من ١٩٤٠م إلى ١٩٥٠م ، بدأت تتبلور في الولايات المتحدة الأمريكية فكرة أحدث فرع في علم الاجتماع ، وهو الفرع الذي يختص بسسيولوجية "وسائل الاتصال الجماهيري" .

ولما كان اهتمام لازويل موجها في البداية إلى الدعاية السياسية ، فقد ركز على دراسة الجمهور وتأثير الرسالة الإعلامية على هذا الجمهور .

وهذا النموذج الخطي للاتصال ، والذي يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية هي : المرسل ، والرسالة ، والمستقبل ، رأيناه أيضا محورا لدراسات أرسطو في الاتصال الشخصي ، حيث ذكر أن الاتصال يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية هي : الخطيب ، والخطبة ، والجمهور ، وذلك في فترة انتعش فيها فن الخطابة ، وظهرت مدارس لتعليم هذا الفن ، وصدرت بعض كتب تتحدث عن كيفية التأثير في الجماهير . وإلى جانب انتعاش فن الخطابة وظهور بعض الكتابات لأرسطو وغيره ، كان المناخ وقتها ملائما لظهور هذا الفن ، وذلك لعوامل مختلفة منها :

١ ــ النظام القضائي.
٢ ــ النظام البرلماني

---

(١) Harold LASSWELL . – " The Structure and Function of Communication in Society " p. 117 – 118 in : W. SCHRAMM . – **Mass Communication** . University of Illinois Press , Second Edition, 1960 .

ونشير هنا إلى أن الأسئلة الخمسة المطروحة في نموذج لازويل قد استخدمها "كانتليان" (QUINTILIEN) قبل أكثر من عشرين قرنا من الزمان من ظهور هذا النموذج في بيت من الشعر اللاتيني يقول فيه : هناك من قام بفعل شيء ما ، فمن هو ؟ وماذا فعل ؟ ومن ساعده ؟ وأين حدث ذلك ؟ ومتى ؟ ولماذا ؟ وكيف ؟(١) :
(Quis ? Quid ? Ubi ? Quibus ? Auxlis ? Cur ? Quomodo ?)

وحول التساؤلات الخمسة التي طرحت في نموذج لازويل يلاحظ أن معظم الدراسات الأمريكية في مجال الاتصال — إن لم يكن كلها — كانت تهتم بصفة خاصة بالموضوعات التي تدور حول الجمهور (**To Whom**) وحول التأثير (**Effect**) .

وإلى جانب الدراسات الخاصة بالجمهور والتأثير ، اهتم علماء الاجتماع أيضا في دراساتهم بمضمون الرسالة الإعلامية (**What**) ، ومثال ذلك الدراسات التي قام بها "ماكس فيبر" (**M. WEBER**) للمذهب البروتستنتي والفكر الرأسمالي (٢) . وغني عن البيان أن الباحثين في هذا المجال ، والذين يهتمون بدراسة الرسالة ودرجة وضوحها وفعاليتها ، يلجأون دوما إلى تحليل المضمون بوصفه أداة للبحث .

ولم يغفل الباحثون أيضا دراسة القائم بالاتصال (**Who**) ، فهناك دراسات عديدة حول الخصائص الديمغرافية والاجتماعية للقائم بالاتصال ، المرسل ، شخصيته وثقافته ... (٣) .

أما موضوع الوسيلة (**Channel**) ، فقد أشبع هو الآخر بحثا ودراسة ، وتوافينا الإحصاءات دوما بتعداد أجهزة الراديو، والتليفزيون ، وأجهزة التقاط البث الوافد عبر الأقمار الصناعية ، وعدد القنوات ، وتعداد الصحف ، وعدد النسخ المطبوعة ، وعدد عناوين الكتب ، وأيضا عدد النسخ المطبوعة منها وعدد أجهزة الحاسبات الإليكترونية ... وغير ذلك من موضوعات تهم الإعلام والإعلاميين (٤) .

---

(١) Joseph FOLLIET . - **L'information moderne et le droit à l'information . Chronique Sociale de France . La Diffusion Gamma , Paris , 1969 .**
-Philippe Gaillard . – **Technique du journalisme . PUF . Coll. Que sais-je ? 2e édition , 1957 .**

(٢) Jacques MOUSSEAU . – **Les communications de masse** . (ouvrage Collectif). L'nivers des mass media . Hachette , Paris , 1972 .

(٣) Francis BALLE & J.G. PADIOLEAU . – **Sociologie de l'information : Textes fondamentaux** . Larousse , Coll. Sciences Humaines et Sociales . Paris , 1973 .
وانظر أيضا : محمد سعد أحمد إبراهيم . — "الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال" ص١٧٩—١٩٥ في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام . العدد الرابع ، أكتوبر — ديسمبر ٢٠٠٠م .

(٤) انظر على سبيل المثال لا الحصر التقارير التي تصدرها يونسكو في هذه الموضوعات وغيرها .

ثانيا ــ اتجاهات الدراسات الخاصة بالإعلام

(أ) تطبيق نموذج الاتصال الخطي لدى لازويل على الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام

يظهر نموذج لازويل الخطي في دراسات بعض الباحثين في الدول النامية مثلما يظهر في دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية أو فرنسا (١) ، حيث وصل الأمـــر بأحـــد الباحثين إلى تقسيم رسالته في ثلاثة أجزاء وفقا للنموذج الخطي للاتصـــال علـــى النحـــو التالي(٢) :

الجزء الأول : المرسل
الجزء الثاني : الرسالة
الجزء الثالث : المستقبل

والملاحظ في هذه الدراسات الخاصة بوســـائل الإعـــلام ، والتي بدأت في الولايات المتحدة ، وتركز على التليفزيون ، وبصفة خاصة البحث عن تأثير هذه الوسيلة على أذواق الجماهير ورغبـــاتهم . ويمكن إرجاع ذلك إلى أن برامج التليفزيـــون فـــي تلـــك الدولـــة الرأسمالية تمولها الإعلانات ؛ ولذلك فإن الشركات التجاريـــة التـــي تنفق على هذه الإعلانات تتفق فيما بينهـــا علـــى دراســـة جمـــاهير التليفزيون .

(ب) النقد الموجه لنموذج لازويل

ينادي علماء الاجتماع المهتمون بالإعلام بضرورة البحث عن نماذج أخرى غير نموذج لازويل ويتزعم هذه الموجة في فرنسا كل من :

"فرنسيس بال" **(Francis BALLE)**
و"أوليفييه برجلان" **(Olivier BURGELIN)**

---

(١) نذكر على سبيل المثال الدراسة التي أجراها "مارينو" في الولايات المتحدة الأمريكية . انظر :

Merino UTRARS . – "La investigation cientification de la communication in America Latina" . Chasqui . Ecuator , 1974 . P. 81 – 103 in Everett M. ROGERS . – **Communication and Developpement : Critical Perspectivs** . Contemporary Social Science , Issue No. 32 . Sage Publications , California , 1976 .

Jean GUILLARD . – "Information et développement en Afrique Noire Francphone" . **Thèse pour le Doctorat de Spécialité** . Sciences Economiques , Université de Paris I , Panthéon , Sorbonne , 1974 .

(٢) Théophile-Serge BALIMA . – "La radiodiffusion en Haute-Volta" . **Thèse de 3e Cycle.** UPTEC , Bordeaux , Janvier 1980 .

وكذلك "جون كلوتييه" الكندي (Jean CLOUTIER) ، والذي لا يمل من تكرار أسفه لاعتماد الباحثين على نموذج لازويل [١] .

أما "ستيفنسون" (Stiphenson) ، فإنه ينتقد نظرية لازويل (الذي هو عالم من علماء السياسة) ، باعتبار أن لازويل يطالب بأن يحكم العالم علماء السياسة . وقد شبّه ستيفنسن لازويل بأفلاطون في جمهوريته المثالية ، والتي حبذ فيها أن يحكم الفلاسفة العالم .

وأكثر ما يعنينا من نقد موجه إلى نموذج لازويل ، هو أنه قد اهتم على وجه الخصوص بالقائم بالاتصال باعتباره قادرا على الإقناع ، وأنه تجاهل تماما المجال الاجتماعي ، أو بأسلوب آخر ، تجاهل "المناخ الاجتماعي" الذي تتم في إطاره عملية الاتصال الإنساني .

ومن الجدير بالذكر أيضا ، أن هناك من يأخذ على لازويل أنه في نموذجه السابق ذكره قد تناسى العوامل الإيديولوجية التي لا يمكن تجاهل تأثيرها في عملية الاتصال .

وقد حملت المدرسة الفرنسية لواء البحث عن نموذج آخر للاتصال ، غير النموذج الذي اقترحه هارولد لازويل في الثلاثينيات من القرن الماضي .

ففي عام ١٩٧٦م ، أعاد "روبير إسكاربيت" صياغة النموذج ، واقترح أن يكون النموذج على النحو التالي [٢] :

من ؟
يستقبل ماذا ؟
في أي جماعة ؟
بغية أي تأثير ؟

والملاحظ هنا ، أن اسكاربيت قد انطلق في نموذجه المقترح من عنوان لكتاب كان قد أصدره هارولد لازويل باسم : "من ؟ يستقبل ماذا ؟ " (Who? Gets What?)

ثم جاء "ريمون نيكسون" (Raymond NIXON) في دراسته عن قراء الصحف وعدّل هو أيضا من عبارة لازويل ، وأضاف عنصرا جديدا يتصل بالموقف العام

---

(١) Jean CLOUTIER . – " l'audio-visuel remis en question" . P. 39-51 in : **Communication et Langages** . No . 41-42 , 1er Trimestre, 1979 .

(٢) Robert ESCARPIT . – **Théorie générale de l'information et de la Communication** .Hachette Université , 1976 .

للاتصال ، وعنصرا آخر وهو الهدف من عملية الاتصال ، فأصبحت صياغة العبارة في نموذج نيكسون [1] :

من ؟
يقول ماذا ؟
لمن ؟
وما هو تأثير ما يقال ؟
وفي أي ظروف ؟
ولأي هدف ؟

ونحن هنا نتفق ونيكسون في هذه الإضافة ، فقد يختلف تأثير الرسالة عن الهدف منها تحت تأثير عوامل كثيرة من بينها الظروف التي يتم فيها الاتصال .

ومثال آخر لهذه النماذج التي تعتمد على نموذج لازويل ما قدمه "إميل جيراردن" (Emile GIRARDIN) في مجال الإعلان التليفزيوني والذي صاغ نموذجه في ثلاثة تساؤلات هي[2] :

ماذا نبيع ؟
وأين ؟
وما هو الثمن ؟

أما عالمة الاجتماع الفرنسية " آن ماري لولان" ، فقد استخدمت نموذجا من ستة مؤشرات مستوحاة هي أيضا من نموذج هارولد لازويل على النحو التالي [3] :

١ــ من ؟	٤ــ أين ؟
٢ــ يفعل ماذا ؟	٥ــ كيف ؟
٣ــ لمن ؟	٦ــ متى ؟

ولما كانت هذه الباحثة تهتم أصلا بالصورة السينمائية ، فقد ركزت دراستها حول السؤالين الأولين : من ؟ يفعل ماذا ؟ ؛ وتفسير هذا الاتجاه هو أنه من خلال الإجابة عن هذين السؤالين يمكن للباحث أن يوضح المسائل التي تتعلق بما يطلق عليه "الإنتاج" ، والبرامج في هذا المجال من الدراسات تركز بوجه خاص على السينما كما تقول لولان التي تهتم في دراساتها بالصورة السينمائية[4] .

---

(١) Raymond NIXON . – "Changes in Reader Attitudes Toward Daily News Papers" in : **Journalism Quarterly**, Feb. 1948 .

(٢) Cité in : Joseph FOLLIET . – **Op. Cit.**

(٣) Anne-Marie LAULAN . – **L'image dans la société contemporaine** . Ed. Denoël, Coll .Le point de la Question . Paris , 1971 .

(٤) **Idem** .

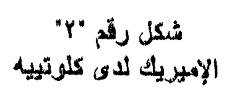
(ج) أهمية نموذج لازويل

ختاما لهذه المناقشة ، وانطلاقا مما سبق ذكره من أمثلة ، يمكننا أن نؤكـد هنـا على أن نموذج لازويل ــ وقد انقضى على صياغته أكثر من نصف قرن من الزمـان ــ ما زال يشكل النواة التي تدور حولها البحوث في مجال الإعلام [١] ، كمـا يعتمـد علـى نموذج لازويل كثير من الباحثين الذين يحاولون صياغة نموذج يمكن تطبيقه في الدراسات الإعلامية .

(د) الإميريك الكندي (EMEREC)

في إحدى الدراسات التي أجريت في كندا ، حاز القائم بالاتصال ، وهو العنصر من ؟ (Who ?) والذي يشكل تساؤلا واحدا من التساؤلات الخمسة في نموذج لازويـل ، حاز هذا العنصر كل اهتمام "جون كلوتييه" الذي سبق الإشارة إليه [٢].

ويعد كلوتييه العنصر " من ؟ " في عملية الاتصال تشخيصا للإنسان العصري ، الإنسان الاتصالي ، الذي هو في الوقـت نفسـه "مرسـل" (Emetteur) و "مسـتقبل" (Recepteur) . وقد أطلق جون كلوتييه على هذا العنصر اسمـا مركبا تركيبا مزجيا من الكلمتين (EMEtteur-RECepteur) ، مرسـل ومستقبل في كلمة تمزج بينهمـا ، هي "الإميريك" (EMEREC) الذي ننسـبه إلى جنسية صاحبه الكندي .



شكل رقم "٢"
الإميريك لدى كلوتييه

ويعبر كلوتييه ، الزميل الكندي ، بالعنصر إميريك عن وحدة أنثروبولوجية، هي الإنسان الاجتمـاعي (L'homo-Communicacans) ، الذي هو في الوقت ذاتـه مرسـل ومستقبل ، نشط وخامل ، إيجابي وسلبي ، هو الإنسان الذي يتصل مع أمثاله ومع الآلات التي يصنعها ومع مجتمعه ، وبذلك يحمل القائم بالاتصال لـدى كلوتييـه هـذه الثنائيـة المعروفة لدى علماء النفس ، الإيجاب والسلب ، "دكتور جيكل" و"مستر هايد" ، وكـذلك لدى علماء الجنس الذين يشيرون إلى ازدواجية من نوع آخر تتعلق بالهرمونات .

(١) Jean CAZENEUVE . – La société de l'ubiquité : Communication et diffusion. Ed. Denoël , Gonthier . Paris ,1972 .
(٢) J. CLOUTIER . – op. cit .

ولماذا نذهب بعيدا ؟ فالحق سبحانه وتعالى يقول لنا : أعوذ بالله مــن الشــيطان الرجيم (ونفس وما سواها ، فألهمها فجورها وتقواها)[1] صدق الله العظيم . كذلك فإن هذا الإنسان المرسل/المستقبل ، المتفاعل ، يظهر بوضوح في كلمة تكررت مرتين في سورة العصر في قول الحق سبحانه وتعالي : أعــوذ بالله من الشيطان الرجيم بسم الله الــرحمن الرحيم (والعصــر ، إن الإنسان لفي خسر ، إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات وتواصوا بالحق وتواصوا بالصــبر) ، وهذا على سبيل المثال لا الحصر ...

ثالثا ـــ نماذج أخرى اهتمت بالاتصال الخطي

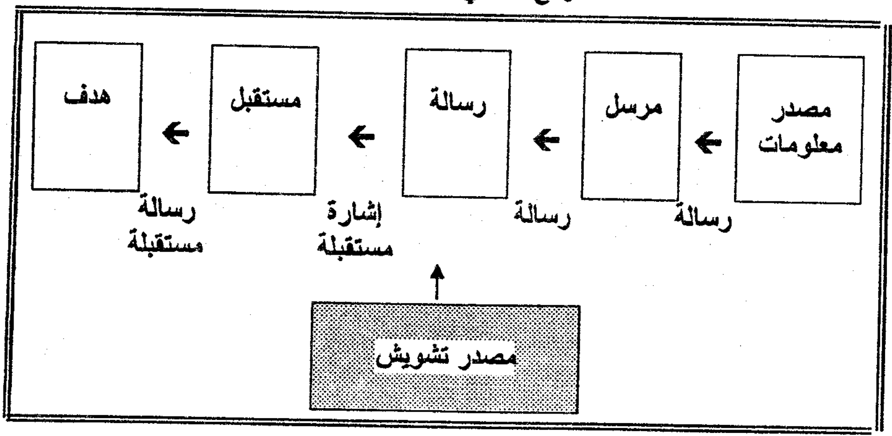
استمر الباحثون لفترة طويلة في استخدام النموذج الخــطي لهارولد لازويــل ، مع إجراء بعض التعديلات ، ومن أهم هذه النماذج التي أخذت بالنموذج الخطي للاتصال، والتي تهمنا في مجال الاجتماع الإعلامي ، النماذج التالية :

(أ) نموذج "شانون" و "ويفر" وعنصر "التشويش"

يعد نموذج "شانون" وزميله "ويفر" من أكثر النماذج الخطية المعروفة في تفسير عملية الاتصال . وقد استفاد الباحثان بما درساه عن التيار الكهربائي ، وحــاولا تطبيقــه على وســائل الإعلام ، باستخدام المصطلحات "السيبرناطيقية نفسها . وفيما يلي نمــوذج شانون و ويفر الذي يوضح أهمية عنصر "التشويش" **(Noise)** [2].

شكل رقم "٣"

النموذج الخطي لدى شانون و وفر



---

(١) الشمس : ٧-٨

(٢) Claude CHANNON & Warren WEAVER . – **The Mathematical Theory of Communication.** Urbana University of Lilinois Press , USA 1964 .

ولتقريب مفهوم التشويش للقارئ ، نعطي مثالا لموضوع نشرته جريدة الأهــرام في عددها الصادر يوم الإثنين الموافق ١٦ يناير ١٩٨٤م في باب "بريد الأهــرام" تحــت عنوان :"قذائف كلامية" ، وجاء فيه :

"تذكرون ولا شك ما كتب في بريد الأهرام تحت عنوان :يا ريس عوض ، عن التداخل الذي يحدث بين لاسلكي محطة بولاق الدكرور وموجات التليفزيون في المنطقــة الواقعة بجوار المحطة. وأحب أن أضيف أننا قد تعودنا على هذا التداخل ، كمــا تعودنــا على ضوضاء الشارع . ولكن المزعج هو لغة الحديث المستخدمة والتي وصلت ذروتهــا ليلة الأحد ٨ يناير ١٩٨٤م ، الساعة ١٢ مساء ، عندما سمعنا كلاما نابيا ، أخف ما قيــل فيه هذه الجملة : أصل السواق بتاعه ... ، ولكم أسفي عن جرح مشاعركم ، فمــا بــالكم ونحن نسمع هذه الكلمات وسط أطفالنا وأسرنا؟ أد. أحمد يوسف ، أستاذ مساعد بعلوم عين شمس" . هذا وقد رد محرر الأهرام على هذه الرسالة بقوله : *سبق أن ردت علينا أمانــة اتحاد الإذاعة والتليفزيون بأنهم يعملون على منع هذا التداخل ... ، ويبدو أنه لــم يحــدث ... ، فلا أقل إذن من أن نطــالب عمال محطة بولاق الدكرور بالتزام الأدب في أحاديثهم حتى لا يجرحون مشاعر الأسر المحيطة بهم إلى أن يتوقف التداخل!"*.

ولن نعلق على محتوى الرسالة أو محتوى الرد عليها ، فكل ما يهمنا هنا هو هذا المثال الذي عاشه مشاهدو التليفزيون في منطقة استقبال معينة مع التشــويش الهندســي ، والذي يطلق عليه أيضا اسم "التشويش الفني" أو "التشويش الطبيعي" ، والذي يحدث هنــا نتيجة لتداخل إرســال محطة "بولاق الدكرور" مع موجات البث التليفزيوني ، ولعل بعض من يقرءون هذه السطور قد لمسوا وعايشوا صورا من هذا النوع من التشويش بالنســبة للإشارة التليفزيونية في أثناء تشغيل بعض الأجهزة الكهربائية فــي المنــزل ، أو مــرور سيارة بالقرب من المنزل ، أو عند تشغيل جهاز راديو في المنزل أو في سيارة ، والــذي قد يتعرض أيضا لعملية تداخل بين أكثر من محطة إذاعية ، وكذلك يلمس القــارئ هــذا التداخل أحيانا بالنسبة للاتصال الهاتفي بالتليفون ... مما يؤدي إلى عدم وضوح الرسالة .

(ب) التشويش لدى ولبور شرام

شكل رقم " ٤ "

التشويش لدى ولبور شرام

مرسل — رسالة — مستقبل

تداخـــل — تداخـــل

باستخدام وسيلة اتصال

اهتم ولبور شرام هو أيضا بعنصر التشويش في واحد من نماذجه الخاصة بدراسة الاتصال ، واستخدم في ذلك مصطلحا من قاموس اللغة السيبرناطيقية وهو "التداخل" كما هو واضح في الشكل رقم "٤" .

(ج) مفهوم التشويش

في النماذج السابقة ، نرى الباحثين يهتمون بعنصر التشويش ، أو بأسلوب آخر "الشوشرة" ، وهو التداخل ، تداخل عنصر من خارج العملية الاتصالية والذي من شأنه أن يؤدي إلى عدم وضوح الرسالة ، بل وفقدانها في بعض الحالات . ونحن نفرق هنا بين ثلاثة أنواع من التشويش سبق وتحدث آخرون عن اثنين منها ، وأنواع التشويش الثلاثة هي :

١ ــ التشويش الهندسي
٢ ــ التشويش الدلالي
٣ ــ التشويش النفسي

١ ــ التشويش الهندسي "التداخل"

هذا النوع من التشويش غالبا ما يحدث على مستوى الوسيلة (Channel Noise) ، والذي نلمسه على سبيل المثال في البث التليفزيوني عند عدم ضبط القناة التليفزيونية بدقة مما يسبب ظهور "صدى" للصورة ، وعند عدم ضبط التردد أيضا ، بل وعند انخفاض التيار الكهربائي عند استقبال البث التليفزيوني ، كما يحدث هذا التشويش بالنسبة للصوت فيما يسمى بالخفوت أو التداخل[1] ، بالنسبة للتليفزيون وكذلك بالنسبة للإذاعة المسموعة بالراديو عند عدم ضبط التردد جيدا .

ونلمس هذا التشويش الطبيعي أيضا في الوسائل المطبوعة ، وذلك عند استخدام حروف صغيرة يصعب قراءتها بالعين المجردة بالنسبة لبعض الأفراد ، وحتى بالنسبة لمن يستخدمون عدسات لاصقة ، أو غير لاصقة في صورة نظارة طبية ، خصوصا عندما تكون الكلمة المطبوعة أو الصورة المطبوعة "مهزوزة"...

ما سبق يشير إلى أن هذا النوع من التشويش قد يحدث عند أي مستوى من مستويات العملية الاتصالية ، وبالنسبة لأي عنصر من العناصر الأساسية للاتصال . فقد يتسبب فيه القائم بالاتصال الذي قد ينشغل في أثناء إجراء عملية الاتصال بأمور خارجة عنها ، وقد يحدث هذا التشويش في الرسالة عند استخدام حروف أو رسوم غير واضحة ، وكذلك بالنسبة للوسيلة الإعلامية في شكل تداخل فيما يتعلق بالمادة المجاورة بالنسبة لبرامج الإذاعة والتليفزيون أو حتى في الصحافة المطبوعة . ويحدث هذا النوع من

(١) للاستزادة في هذا الموضوع ، ارجع إلى كتابنا : **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية : دراسة لشبكات التليفزيون** . دار الفكر العربي ، طبعة ثانية ، ١٩٨٧م .

التشويش كذلك عند مستوى المستقبل عندما ينسى استخدام نظارة القراءة مثلا ، أو عندما ينسى رفع صوت المذياع أو صوت جهاز التليفزيون ، أو ينسى توصيل الجهاز بمصدر الكهرباء لتشغيل الجهاز ...

وما من شك في أنه في جميع هذه الحالات ، وفيما شابهها ، يتسبب التشويش في عدم وصول الرسالة أحيانا ، أو في وصولها غير نقية ، أو غير واضحة ، أو ناقصة ...

٢ ـ التشويش الدلالي

> التشويش الدلالي (Semantic Noise) ، غالبا ما يحدث هذا النوع من التشويش نتيجة لعدم فهم الرسالة من قبل المستقبل ، المتلقي ، حتى ولو تم نقل الرسالة بدقة فائقة . فقد يستخدم المرسل كلمات صعبة الفهم ، أو جُملا شديدة التعقيد ، أو لغة غريبة على المتلقي ، أي أن القائم بالاتصال هنا يستخدم لغة تخرج عن خبرات المتلقي وقدراته ، أو بالأسلوب الذي يستخدمه المتخصصون ، تخرج هذه اللغة عن "الإطار الدلالي"(Frame of Reference) للمتلقي ، أو بأسلوب آخر ، استخدام لغة تخرج عن "مجال خبرة" المستقبل ، وفي ذلك نقول نحن العرب : "خاطب الناس على قدر عقولهم" ، أي يشترط لنجاح الاتصال أن تكون لغة المرسل متناغمة مع لغة المستقبل .

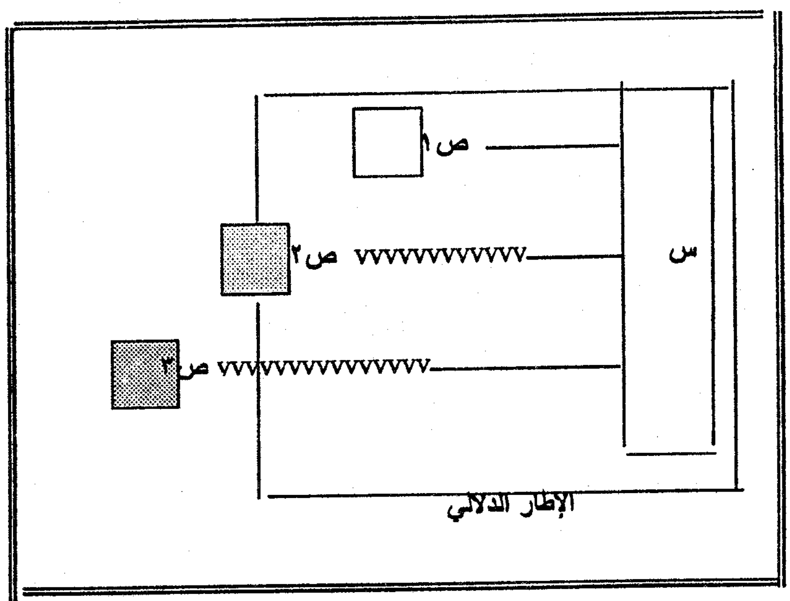
وفي الشكل رقم "٥" ، يصور لنا "إدوين إميري" وزملاؤه في النموذج المطروح هنا والذي يأخذ بمفهوم التشويش الدلالي ، على أنه في حالة ما إذا كان "س" يحاول الاتصال بالمفردات "ص١" و "ص٢" و "ص٣". ويشير النموذج المطروح هنا أن الرسالة التي يبعث بها "س" عندما تصل إلى "ص١" ستكون أكثر دقة منها بالنسبة للرسالة التي يمكن أن تصل للمتلقي "ص٢" ، وذلك لأن "ص١" يدخل في مجال خبرة مشتركة مع خبرات المرسل الذي يرمز له في هذا الرسم بالرمز "س" ، والذي يستخدم لغة المتلقي "ص١" . بينما بالنسبة للمتلقي "ص٣" ، والذي لا يشترك في الخبرة مع المرسل الذي هو "س" في هذه الحالة ، فإن التشويش الدلالي يظهر هنا بوضوح أكثر مما يظهر لدى المتلقي "ص٢" الذي يتفق في هذا الرسم مع خبرات "س" ولكن إلى حد ما .

ـ مفهوم الخبرة المشتركة لدى ويلبور شرام

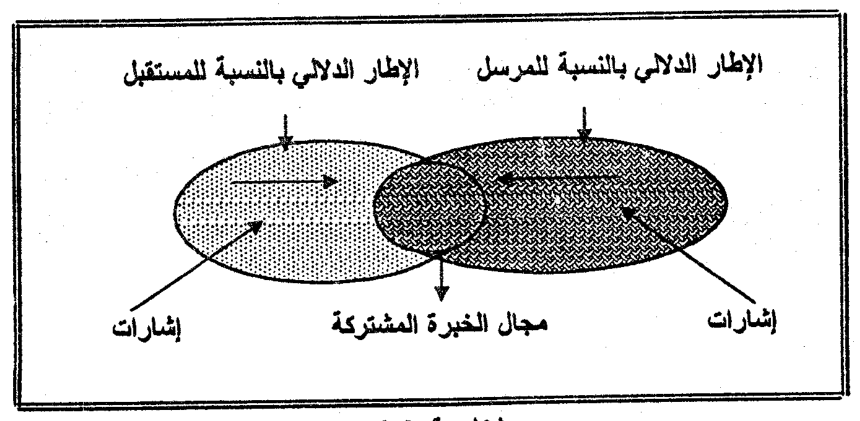
في الشكل رقم " ٦ " ، يصور لنا "ولبور شرام" نموذجا للاتصال يأخذ بمفهوم "الخبرة المشتركة [1] ، والتي تعتمد بالدرجة الأولى على الإطار الدلالي لكل من المرسل

(١) Wilbur SCHRAMM . – "How Communication Works". P. 16-28 in : Alan WELLS (Ed.) . – Mass Media and Society . 3ed. Ed. Ca, Myfield Pub. , 1979.

والمستقبل ، والأرضية المشتركة بينهما ، بحيث كلما اتسعت هذه الأرضية المشتركة زاد نجاح الاتصال .



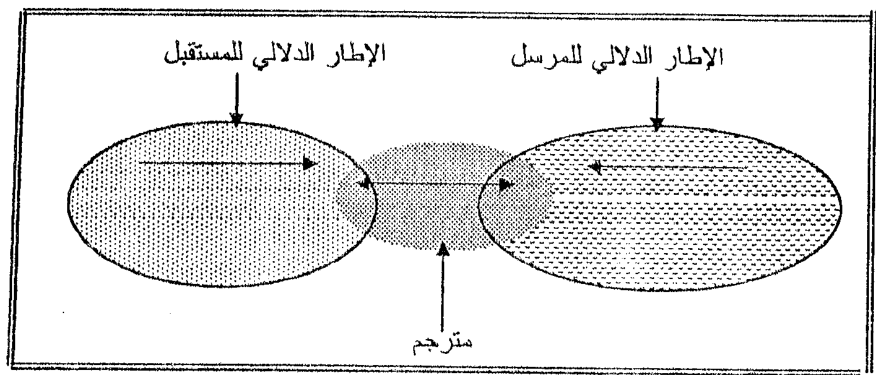
شكل رقم "٥"
نموذج إدوين إميري (Edwin EMERY)
والتشويش الدلالي



شكل رقم "٦"
مجال الخبرة المشتركة في نموذج ولبور شرام

وفي نموذج آخر ، يصور لنا ولبور شرام كيفية التخلص من الخبرة المتباعدة في عملية الاتصال الإنساني بالاستعانة بمترجم يشترك في جزء من خبراته مع خبرات المرسل ، ويشترك مع المستقبل مع جزء آخر من خبراته على النحو المبين في الشكل التالي :

شكل رقم "٧"
الخبرة المتباعدة في نموذج ولبور شرام
والاستعانة بوسيط



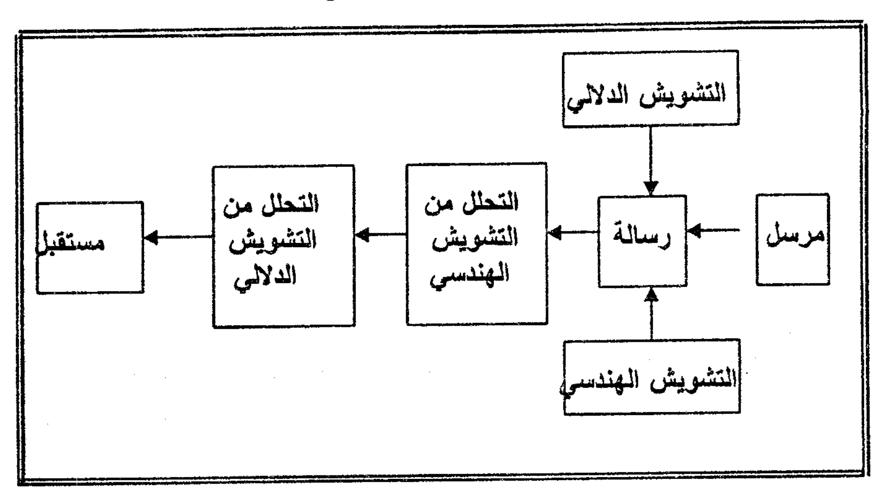
ـ التحلل من التشويش لدي تشيز

إلى جانب تبنيه لنموذج الاتصال الخطي الذي اقترحه شانون وويفر والذي يهتم بعنصر التشويش بوصفه أحد العوامل التي تؤثر في درجة نجاح الاتصال ، أكد "ستيوار تشيز" (Stuart CHASE) ، على ضرورة الفصل بين التشويش الهندسي والتشويش الدلالي ، وأشار إلى أهمية التخلص من هذين النوعين من التشويش والتحلل منهما قبل وصول الرسالة إلى المتلقي لضمان وصول الرسالة نقية . والإضافة التي قام بها "تشيز" في نموذجه هذا تتركز في الرسم رقم "٧" في هذين المربعين اللذين يقعان بين مربع الرسالة بعد أن تعرضت للتشويش الهندسي والتشويش الدلالي وبين المستقبل . وفي الرسم يُطلق على أحد المربعين اسم "التحلل من التشويش الهندسي" ، وهو لدى "تشيز" باسم"Mechanical Decoder" ، وهو محاولة المتلقي تخليص الرسالة وتنقيتها مما يشوبها من تشويش هندسي في أثناء عملية نقلها . أما المربع الآخر ، والذي يسميه صاحب النموذج باسم"Semantic Decoder" ، فهو "التحلل من التشويش الدلالي" ، وهنا يحاول المتلقي أن يخلص الرسالة من أي تشويش دلالي قد يحدث لها . والشكل التالي يوضح نموذج تشيز للاتصال .

وإذا كنا قد ركزنا في تحليلنا هنا على دور المتلقي في التحلل والتخلص من التشويش ، فإننا لا نقلل من الدور الذي يجب أن يقوم به المرسل ، القائم بالاتصال ، لكي يخفف بقدر الإمكان من تأثير أي نوع من التشويش في عملية الاتصال ، وذلك يتطلب بطبيعة الحال معرفته الجيدة لخصائص المستقبل للرسالة ، وعلى الإعداد الدقيق للرسالة من قبل المرسل .

شكل رقم "٨"

التشويش الهندسي والدلالي في نموذج تشيز



٣ ـ التشويش النفسي أو التداخل السيكولوجي[١]

بالإضافة لهذين النوعين من التشويش ، التشويش الهندسي والتشويش الـدلالي ، واللذين ركز عليهما أو على أحدهما باحثون في علوم الاتصال وطالبوا بضرورة التخلص منهما ، أو الحد منهما ، لكي نضمن درجة دقة عالية عند وصول الرسالة لإنجاح الاتصال ، يمكننا أن نضيف نوعا ثالثا من التشويش من الصعب التحكم فيه ومن الصعب اكتشافه مبكرا والذي يمكننا أن نطلق عليه مصطلح "التشويش النفسي" (التشويش السيكولوجي) .

وإذا كنا قد ذكرنا أن التشويش الهندسي ، الفني ، والتشويش الدلالي يحدثان في أثناء عملية نقل الرسالة واستقبالها ، كما يمكن أن يحدث هذا التشويش في الرسالة نفسها ، فإن التشويش النفسي(**Psychological Noise**) ، التشويش السيكولوجي ، يحدث في إطار القائم بالاتصال ، وبالنسبة لمتلقي الرسالة والذي هو الإنسان الاتصالي (**L'Homo-Communicans**) ، أي أن هذا التشويش قد يحدث قبل وضع الفكر في كود معين وعند صياغة الرسالة وفي أثناء إعدادها ، وقد يحدث هذا التشويش النفسي عند استقبال الرسالة ومحاولة فك رموزها بل وبعد ذلك أيضا .

ويتمثل هذا التشويش السيكولوجي ـ من وجهة نظرنا ـ في العوامل النفسية ، أي في المناخ النفسي الذي يتم فيه وضع الفكر

---

(١) يفضل بعض الزملاء استخدام كلمة "بسيكولوجي"

في كود ، بل وأيضا في المناخ الذي يحدث فيه الاتصـــال ، وكـــذلك المناخ الذي يتم فيه فك رموز الكود ، بل ويستمر احتمال حدوث هذا التشويش النفسي إلى أن يتخذ المتلقي موقفا من الرسالة، سواء كـــان هذا الموقف موقفا إيجابيا أو موقفا ســلبيا **(Agir ou ne pas agir).** وبذلك يمكن أن يتحدد هذا النوع من التشويش ، التشويش النفســي ، في خصائص كل من المرسل والمتلقي وفي نوايا كل منهمـــا إزاء بعضهما بعضـــا ، وما يعرفه كل منهما بخصـــوص نوايا الآخر ...

وخطورة التشويش السيكولوجي لا ترجع فقط إلى أن الرسالة يمكن أن تفقد قدرا من دقتها ، بل قد يؤدي هذا النوع من التشويش إلى تحريف في مضمون الرســالة مهمــا بلغت دقتها ، ومهما نجح القائم بالاتصال ، المرسل ، في السيطرة على كل من التشــويش الهندسي والتشويش الدلالي بالنسبة له ، هذا إذا افترضنا جدلا أن التشويش السيكولوجي لم يتسبب أصلا ، ومن البداية ، في عدم وصول الرسالة إلى المتلقي ، أو فــي وصــولها محرفة كما حدث مثلا بالنسبة للفيلم الأمريكي "اليوم التــالي" **(The Day After)** والــذي عشنا معه التشويش السيكولوجي ، وذلك بعد أن عرضته الشبكة الأمريكية "إيه بي ســي" **(ABC)** في الولايات المتحدة الأمريكية .

فقد أثار عرض هذا الفيلم موجة من الفزع لا مثيل لها وخاصة في أمريكا (وفقا لما تقوله وسائل الإعلام) ، ولم نسمع من قبل عن فيلم تليفزيوني أو سينمائي أثار الــذعر والفزع وتسبب في إشاعة جو من عدم الطمأنينة ، بل وفقدان الثقة في المسؤولين مثلمــا سمعنا عن آثار هذا الفيلم ، وإن كنا قد سمعنا عن آثار برنامج إذاعي بُث في أمريكا قبــل عرض هذا الفيلم بسنوات وكانت له آثار عديدة في المجتمع الأمريكي ، ونقصـــد هنــا برنامج "غــزو من المريخ" **(Invasion from Mars)** .

وبالرغم من أن شاشات التليفزيون والسينما العالمية قد سبق لها وعرضت أهوال الحرب النووية ، فإننا لم نسمع عن احتجاجات ضد سياسة أي حكومة تكون قد تورطــت بالفعل في هذه الحرب ، أو احتمال تورطها في حرب نووية . وقد عشنا فعلا أحداث إلقاء قنبلة ذرية عام ١٩٤٥م على هيروشيما ونجازاكي ، والتي تثار ذكراها سنويا في وســائل الإعلام في دول أوربية (في فرنسا على الأقل كمــا شـــاهدنا) ، إلا أن هــذه الحــرب "الإقليمية" ــ بالرغم مما في هذه الكلمة من قصــور في التعبير ــ ، لــيس لهــا التــأثير القوي خصوصا على الشعب الأمريكي مثلما حدث من تأثير عند عرض فيلم "اليوم التالي"[1] في الولايات المتحدة الأمريكية .

ويمكننا هنا إرجاع قوة تأثير فيلم اليوم التــالي إلــى عــدة عوامــل اجتماعيــة وسياســية ، ومنها عوامل تدخل تحت ما أطلقنا عليه اســم "التشــويش الســيكولوجي" .

(١) انظر ملحق رقم "١" والخاص بقصة فيلم "اليوم التالي" .

ويتمثل التشويش السيكولوجي في هذه الحالة في مدى اقتناع المشاهدين للفيلم بإمكان قيـام حرب نووية شاملة[1] ، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل من أهمها ما يلي :

ــ ارتفعت إلى أقصى درجة حرارة الحرب البـاردة بـين الولايـات المتحـدة الأمريكية وبين الاتحاد السوفييتي (قبل تفكك هذا الأخير) ، وذلك في الفترة التي سبقت عرض الفيلم .

ــ انهارت محادثات الحد من التسليح النووي ، وزاد التحذير لكي يتمالك الجميع أعصابهم .

ــ اشتعلت الحروب الإقليمية في مناطق متفرقة من العالم ، وزادت حدة التوتر .

ــ عملية إطلاق صاروخ يحمل في مقدمته قنبلة ذريـة ، أو قنبلـة "نيـوترون" احتمال قائم في أي لحظة ، ويتوقف هذا على إشارة بسيطة قد تحـدث بطريـق الخطأ وسوء التقدير ــ وقد حدث هذا الخطأ عدة مرات ــ فكم من مرة أعطـى فيها جهاز الإنذار المبكر في الولايات المتحدة الأمريكية تحذيرا كاذبـا لهجـوم نووي ، وكم من مرة استمر هذا التحذير فترة كافية لأن يوضع الجيش الأمريكي على أهبة الاستعداد ، لولا تدارك الموقف في اللحظات الأخيرة .

إذن فالمناخ في الولايات المتحدة الأمريكية كان مهيأ تمامـا لتصـديق احتمـال وقوع مثل هذه الحـرب ، لدى بعض الأفراد على الأقل [2] ، وما أكثرهم في أمريكـا ، وهم الذين تأثروا تماما بأحداث الفيلم الذي لا يخرج عن كونه نوعا من الخيال العلمـي ، ولم يقصد به إثارة الفزع والاضطراب ، أي أن هناك تحريفا قد حدث في الرسـالة عنـد مستوى فك الكود بالنسبة لبعض الأفراد . وقد ترتب على سوء الفهم هذا أن اتخذ هـؤلاء موقفا غير مرغوب فيه لم يقصده القائم بالاتصال[3] ــ على الأقل مـن وجهـة نظرنـا الخاصة ــ وهذا يؤكد ما سبق أن أشار إليه "تشارلز رايت" (C. WRIGHT) عندما تحدث عن وظائف الاتصال [4] .

> فإلى جانب المهام (Functions) التي يسعى رجل الإعلام إلى تحقيقها ، يؤكد "رايت" أن هناك نتائج قد تحدث دون أن يهـدف إليهـا القائم بالاتصال ، وظـائف غيـر مقصـودة (Dysfunctions) لعمليـة

(١) مع الفارق في التشبيه ، نشير هنا إلى اتخاذ الولايات المتحدة إجراءات مشددة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م لمنع عرض أي مواد تتسم بالعنف سواء في قاعات السينما أو علـى شاشـات التليفزيون .

(٢) نشرت جريدة الأهـرام في عدد لها صدر يوم ٢١ يناير عام ١٩٨٥م أن عالما بريطانيا قد أقام دعوى قضائية ضد وزارة الدفاع الأمريكية تقوم على مخاوفه مـن أن يـؤدي الاعتمـاد علـى العقـول الإليكترونية إلى اندلاع الحرب النووية بالصدفة .

(٣) بالنسبة للوظائف غير المرغوب فيها لوسائل الإعلام ، راجع أيضا كتابنا : **صوت العرب بين الأمس واليوم** (دار الثقافة العربية ١٩٨٩م)

(٤) Charles WRIGHT . – "Functional Analysis in Mass Communication" P. 605-620 in : **Public Opinion Quarterly** . Vol. 24 ,1960 .

الاتصال ، وغالبا ما تكون هذه الوظائف غير المقصودة وظائف غير مرغوب فيها .

تأصيلا على ما سبق ، يمكننا أن نميز ونفصل بين نتائج النشاط الإعلامي وبين أهدافه ؛ فإنه ليس من الضروري أن تتفق النتائج والأهداف . بل إن "مرتون" (MERTON) يؤكد أن النتائج كثيرا ما تختلف مع الهدف الرئيسي من الاتصال (١) ، والسبب في ذلك يرجع إلى عدة عوامل أهمها ما أطلقنا عليه اسم "التشويش السيكولوجي" ، والذي يجب ألا يتجاهله القائم بالاتصال وأن يحترس منه .

ويرى "دافيد برلو" (٢) ــ ونحن نتفق معه ــ أنه توجد علاقة عكسية بين التشويش ودقة النقل العالية للرسالة ؛ أي أنه كلما زاد التشويش فإن ذلك يؤثر بالسالب في دقة الرسالة ، وكلما تخلصنا من التشويش زادت دقة الرسالة .

والمثال الذي سبق ذكره عن تأثير عرض فيلم "اليوم التالي" على شاشة التليفزيون الأمريكي يلفت أنظارنا إلى ضرورة أن نأخذ في الاعتبار ، ليس فقط التشويش الهندسي ، ولكن أيضا كل الجوانب التي تتعلق بكل من القائم بالاتصال والمتلقي ، بل وفي الرسالة نفسها ، هذا إلى جانب العوامل الخاصة بالوسيلة ، في حالة ما إذا كنا نهتم بتحري الدقة في العملية الاتصالية .

ويمكن الارتفاع بمستوى الدقة في ــ كما سبق لنا القول ــ إذا استخدم القائم بالاتصال ، المرسل ، "لغة" مشتركة ومتناغمة مع المتلقي المستقبل للرسالة ، شريطة أن يأخذ القائم بالاتصال في اعتباره نوايا المتلقي وما يتصوره بخصوص معرفة هذا المتلقي عن نوايا القائم بالاتصال ، وهذا ما سوف نتناوله بشيء من التفصيل فيما بعد عند الحديث عن نظرية "التل الجليدي" .

ومن الوسائل التي يمكن التغلب بها أيضا على التشويش ، نؤكد هنا على عملية التكرار (Redendance) ، والتي نوصي باستخدامها لكي نضمن وصول الرسالة في درجة عالية من الصحة والدقة ، على أن نستخدم هذا التكرار بحذر شديد وبذكاء خاصة في المجالات الإعلامية ، بل ، وفي مجال التعليم أيضا ، وذلك حتى لا يمل المتلقي وينفر من الرسالة المراد تبليغها . فقد صرحت إحدى السيدات في بحث سابق ركزنا فيه على دراسة

---

(١) Robert MERTON . – " Patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and Communications Behavior in Local Community". in : Paul LAZARSFELD and STATON (ed.) . – **Communication Research** : 1946-1949 . Harper , New York , 1949 .

(٢) David BERLO . – **The Process of Communication** : An Introduction to Theory and Practice . Ed. Holt , Rinhart & Winston , New York , 1963 .

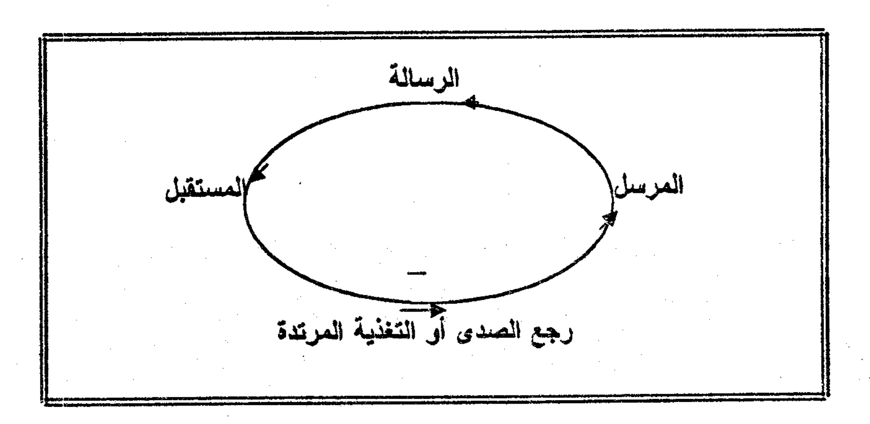
حالة [١] ، بأن تكرار الدعوة لتنظيم الأسرة بهذه الصورة التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في مصر قد يكون هو السبب في فشل هذه الحملة بالنسبة لبعض المستهدفين منها ، وهو فرض لا ينبغي علينا تجاهله دون دراسة معملية متعمقة .

رابعا ـ الاتصال الدائري ومفهوم رجع الصدى

بعد أن كانت الفكرة الأولى السائدة هي أن الاتصال يتم خطيا في شكل قطار من المرسل إلى المستقبل ، كما كان عليه الحال في عهد أرسطو الذي قال إن الاتصال يتكون من ثلاثة عناصر أساسية هي الخطيب والخطبة والجمهور كما ذكرنا قبلا ، أصبح الاتصال دائريا ومتصلا ...

ويصور لنا شكل رقم "٩" نموذج الاتصال الدائري (Circulaire) ، حيث "رجع الصدى" (Feedback) ، أو ما يمكن أن يسمى بالتغذية المرتدة ، أو التفاعل [٢] ، يأخذ مكانا مهما في عملية الاتصال .

شكل رقم "٩"
الاتصال الدائري ورجع الصدى



وكما هو واضح من المصلحات السابق ذكرها عاليه ، استمر استخدام الباحثين في الميادين الإعلامية لهذه اللغة "السيبرناطيقية" (Cybernatique) [٣] التي

---

(١) Enshirah El SHAL . – "la responsabilité social de la télévision dans un pays en développement : L'Egypte . **Thèse de Doctorat d'Etat** . Université de Bordeaux II , France , 1983 .

(٢) محمود عودة . ـ أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي :دراسة ميدانية في قرية مصرية . القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧١م .

(٣) محمد مصطفى الفولي . ـ السيبرنية في الإنسان والمجتمع والتكنولوجيا . الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر . المكتبة الثقافية ، العدد ٢٧٥ ، القاهرة ، ١٩٧١ .

استعاروا منها كثيرا من المصطلحات مثل : الشوشرة والموجة ورجع الصدى ... وذلك عند شرح عملية الاتصال ولتفسير سلوك كل من المرسل والمستقبل .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن استخدام مصطلحات أحد العلوم في علم أحدث منه ليس جديدا على الفكر الإنساني ، فقد استخدم إميل دوركايم مثلا في كتاباته كثيرا من مصطلحات "الفسيولوجيا" و"البيولوجيا" ، مثل "الجسم الاجتماعي" و "المخ الاجتماعي" و "البروتوبلازم" الاجتماعي ، بل وأيضا "الجهاز الشوكي للكائن العضوي الاجتماعي" ، وذلك عندما يتكلم دوركايم عن البناء والوظيفية في العلوم الاجتماعية [١].

ـ مفهوم رجع الصدى

يقوم رجع الصدى بدور مهم في عملية الاتصال ، والذي يظهر بوضوح بين عاملين على جهاز التلغراف ؛ فعن طريق رجع الصدى ، يمكننا معرفة "دائرة الاتصال" أو ما قد يصيبها من أعطال . وعن طريق هذه التغذية المرتدة ، نستطيع أيضا أن نعرف درجة فهم المستقبل للرسالة ومدى استجابته لها . وعلى ضوء معرفة القائم بالاتصال لاستجابة المتلقي ، أو عدم استجابته للرسالة ، يستطيع القائم بالاتصال أن يعدل في رسالته ، أو يقوم على الأقل بإعادتها ... ، ونترك للقارئ أن يفكر هنا في عملية الاتصال التعليمي بين المدرس وتلاميذه بوصف هذه العملية نوعا من الاتصال الدائري ، مع شيء من التحفظ من جانبنا .

خامسا ـ الاتصال الاحتمالي لدى تشايفر

لا تأخذ عملية الاتصال دائما الشكل الدائري السابق الحديث عنه . ففي عام ١٩٧٢م اقترح "بيير تشايفر" (Pierre SCHAEFFER) هذا النموذج للاتصال الذي يأخذ في الاعتبار المناخ الاجتماعي الذي تتم فيه العملية الاتصالية [٢] . ووفقا لهذا النموذج ، يرى تشايفر أن الاتصال الإنساني يصبح احتماليا ، مادام يحدث بين أفراد من المجتمع البشري يتميزون بعنصر المبادرة والمصالح والرغبات والمخاوف ، ويخضعون لظروف عديدة ومتنوعة ... ، أي أن تشايفر يأخذ في الحسبان العوامل النفسية والاجتماعية والأيديولوجية التي يتم في إطارها الاتصال ، **مما يشير إلى أن هناك دائما أشياء تحدث بين كل من المرسل والمستقبل ، وقد يكون هذا أيضا هو السبب الذي يرفض من أجله تشايفر إمكان قيام اتصال خطي في قطار من ثلاث عربات تقطرهم "وسيلة اتصال" :**

مرسل ← رسالة ← مستقبل

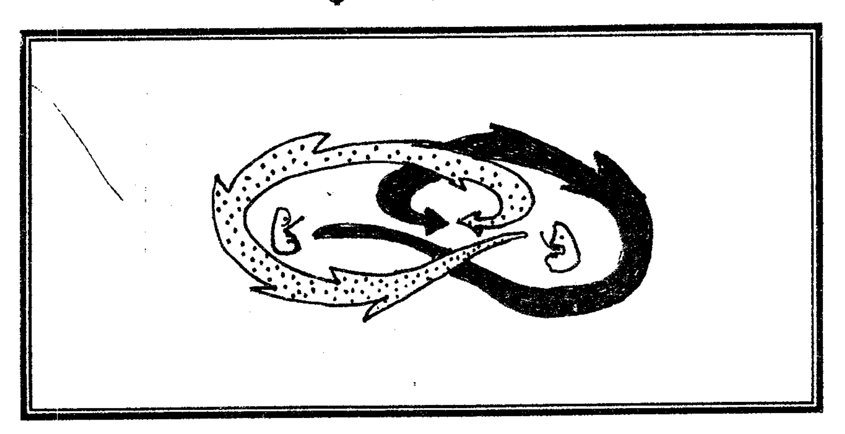
---

(١) **E. DURKHEIM . – Op. Cit.**

(٢) **Pierre SCHAEFFER . – Machine à communiquer . Vol. 2 : Pouvoir et communication . Ed. Du Seuil , Paris ,1972 .**

أما الاتصال الدائري الذي ركز على مفهوم رجع الصدى ، فإن هذا النوع من الاتصال لا يحدث ــ كما يقول تشايفر ــ إلا بين مرسل ومستقبل كل منهما يستعين بجهاز تلغراف . ويضيف تشايفر أيضا في هذا الخصوص ، أن المرسل والمستقبل في هذه الحالة قد قبض كل منهما الثمن لكي يتفاهما ولكي تصل الرسالة بدقة ، ويصور نموذجه على النحو التالي :

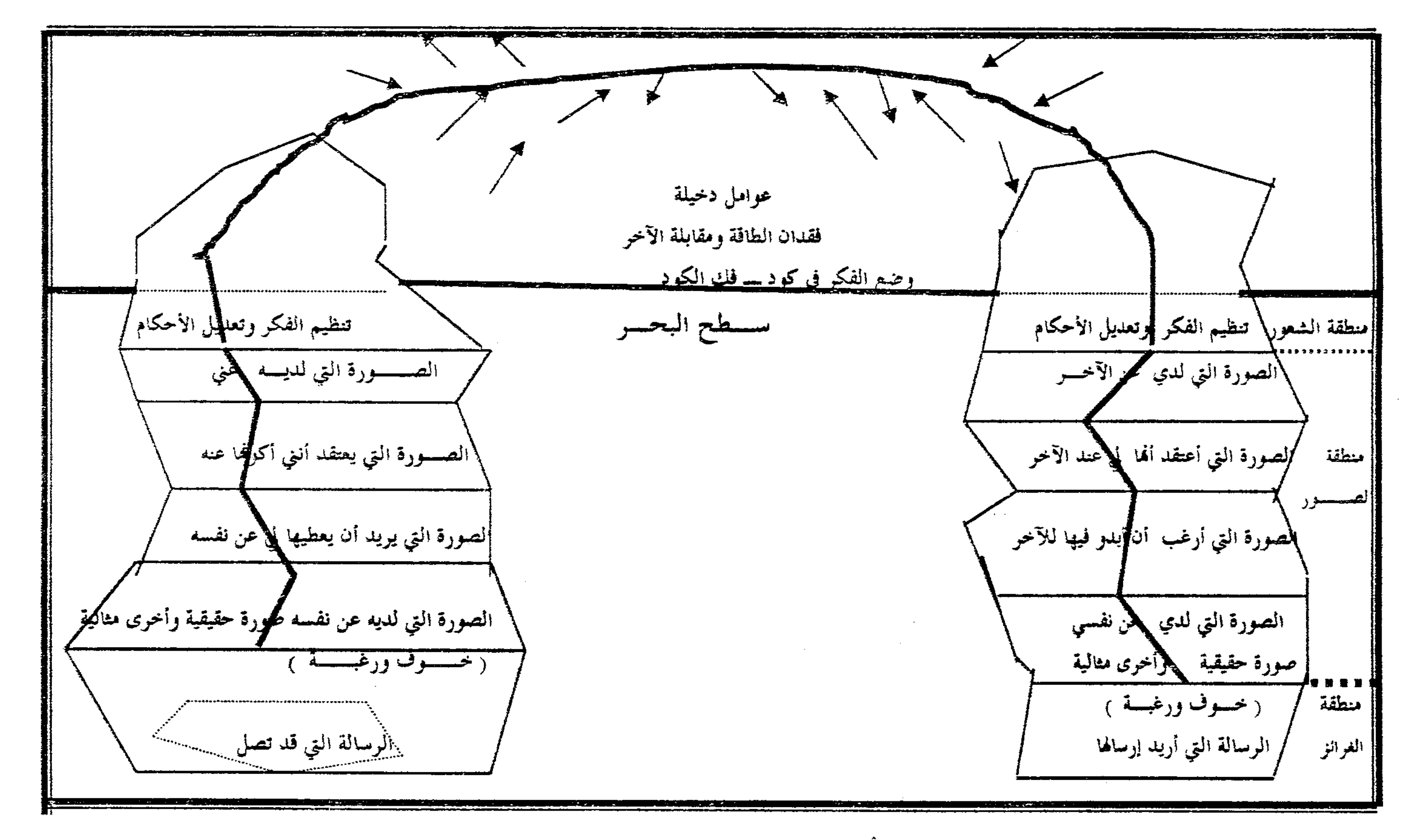
شكل رقم "١٠"
الاتصال الاحتمالي



سادسا ــ نظرية التل الجليدي في الاتصال الشخصي

هذه النظرية ، والتي تعد من أحدث النظريات في الاتصال ، تأخذ في الاعتبار الاتصال الشخصي الذاتي والاتصال بالآخرين . وتصور لنا نظرية التل الجليدي عملية الاتصال بين اثنين من بني البشر ، أي بين اثنين من الإميريك ، يحاول كل واحد منهما أن يقوم بدور إيجابي في العملية الاتصالية ، وكأنهما تلان من الجليد ، "أيسبرج" **(Icebergs)** ، في وسط المحيط المتجمد والشكل التالي يوضح ذلك .

شكل رقم "١٠" : مكونات التل الجليدي في العملية الاتصالية



الشكل رقم "١١" يصور خط سير الرسالة والمناطق المختلفة التي تمــر بهــا هــذه الرسالة في أثناء عملية الاتصال بين الأفراد ، والذي يحدث بصفة خاصة بين كتلتين أيسبرج وهو ما يطلق عليه اسم "الاتصال الشخصــي" (Interpersonal Communication) . وبهــذا المنظور للعملية الاتصالية ، نلاحظ أن كلا من طرفي الاتصال ما هو إلا كتلة جليدية ، أو تل جليدي ، يحاول أن يقترب للالتحام بالطرف الآخر(الذي هو أيضا تل جليدي) ، ولا يبدو مــن كل منهما سوى جزء طفيف لا يتجاوز ٨/١ من حجمه ، وهذا هو أهم ما يعنينا من خصائص الأيسبرج ، خصوصا ونحن نتحدث عن عملية الاتصال ، حيث إن الجــزء المغمــور تحــت ســطح الماء من هذا التل الجليــدي ، والذي يزيد حجمه عن سبعة أثمان (٨/٧) حجم الكتلة، لا يبدو منها فوق سطح الماء سوى جزء ضئيل لا يتجاوز حجمه ثمن (٨/١) حجم الكتلة .

هذا الجزء الضئيل المرئي من التل الجليدي ، هو الذي يمكن متابعته فــي العمليــة الاتصالية من مراقب خارجي ، ومن ثم يمكن التنبؤ بما يمكن أن يحدث فيــه ومنــه نتيجــة للاتصال . أما ما خفي تحت الماء من هذا التل فهو الجزء الأكبر من التل والذي يصل حجمه إلى ٨/٧ من مكونات العملية الاتصالية . هذا الجزء الضخم من التل الجليدي ، والذي لا نراه بالعين المجردة لأنه يختفي في الأعماق ، هو أهم جزء يجب أن نتنبه إليه وأن نهتم به عنــد دراســة الاتصال الشخصي ، سواء من حيث نسبته للعملية الاتصالية كلها مقارنة بما يمكــن مشاهدته ومتابعته ، أو من حيث ما يحدث في هذا الجزء المغمور وغير المرئي من عمليات معقدة ومتعددة وخفية ...

فإلى جانب ما يمكن أن نلمسه في العملية الاتصالية ، وما نراه يحدث بين القائم بالاتصــال وبين المتلقي والذي لا يزيد عن ٨/١ مــن العملية الاتصالية ، تجري أحداث وعمليات خفية ، تحت سطح المــاء ؛ سواء قبل الإعداد للرســالة ، أو في أثناء نقلها ، أو بعــد ذلــك بعــد وصــولها إلى المتلقي ...

وانطــلاقا من هذا الفهم ، يمكننا الآن أن نحدد الطريق الذي تسلكه الرسالة ، لكــي نتعرف على بعض المعوقات التي يمكن أن تعترض العملية الاتصالية ، وذلــك مــن خــلال التعرف على ما يحدث من تفاعلات تتم في هذا الجزء غير المرئي منها .

(أ) الطريق الذي تســلكه الرسالة في المنطقة المغمــورة الخفية " في الأعماق "

تحتوي هذه المنطقة على ثلاث مناطق هي :

ـ منطقة الغرائز أو اللاشعور وعدم الإدراك
ـ منطقة الصور
ـ منطقة الشعور والوعي والإدراك ، وهي منطقة وضــع الفكــر فــي كود

١ ــ منطقة الغرائز

ترتبط منطقة الغرائز باللاشعور ، بـاللاوعي ، بعـدم الإدراك ، أي أنها تخرج عن إرادة الإنسان ، ومن ثم يصـعب التحكم فيها ، ومن هذه المنطقة يبدأ الاتصال أو لا يبدأ .

ففي داخل كل فرد منا تكمن رغبات وغرائز متضادة لاشعورية ، ومن هذه الغرائز اللاشعورية التي تهمنا في علوم الاتصال ، نجد داخل كل منا حالتين متضادتين : الخوف من الاتصال والرغبة فيه . وهاتان الحالتان تنبعان من الحـاجة إلى إقامـة علاقـات اجتماعيـة والتخـوف من مغبة هذا الأمر ، من الرغبة والقلق من مواجهة الآخر ، من رغبة الفرد فـي أن يعرفه الآخر وخشيته في الوقت ذاته من أن يكشف عن نفسه ، من أن يتعرى فيتمكن منه الطرف الآخر . وتتواكب هاتان الرغبتان وتتصارعان وتتطاحنان حتى تتغلب إحداهما علـى الأخرى في لحظة ما ، وتحت ظروف معينة ، أهمها خصائص كل مـن القـائم بالاتصـال والمتلقي ، والتفاعل الذي يتم بينهما في وقت محدد ، ومناخ خاص تتم فيه العملية الاتصـالية ...

٢ ــ منطقة الصور : صورة الذات الإنسانية

وهي أهم منطقة بالنسبة للعملية الاتصالية وأخطرها ، حيث تتحدد في هذه المنطقة ، بشكل أو بآخر ، درجة التشويش الذي يحدث في الرسالة ، فمنها تخرج الرسالة إلى الطرف الآخر . وتتعدد صورة الذات الإنسانية فـي هذه المنطقة على النحو التالي:

أ ــ **الصورة التي يكونها الإنسان لنفسـه** ، وهـذه الصـورة مزدوجة التكوين:

ــ **الصورة الحقيقية** ، وهي ما يعيشه الفرد فعلا ، وما يراه ، وما يشـعر به ، فقد يشـعر الإنسان في لحظة ما أنه خجـول مثلا ، أو مظلوم ...

ــ **الصورة المثاليـة** ، وهي الصـورة التي يتمنى الفرد أن يكون عليها أو أن يصـل إليها ؛ أن يكون مثلا أكثر حيويـة ، أو أكثر نحافة ، أو أكثر اتزانا ...

ب ــ **الصورة التي يرغب أن يعرفها عنه الطرف الآخر** ، وهنا يجب ألا نخلط ، حيث إن هذه الصورة تحمل دائما قيمـة مـا . فالفرد يريد دائما أن يعطي "أفضل" ما عنده ، و"أكثر" ما لديه ، أي أنه يتمنى أن يظهر مثلا "الجانب الطيب" منه . إلا أنه فـي حالة ما إذا كان الفرد "ماسوشيا" ، فإنه سـوف يبـدي "أكثـر" درجات عجزه وقصوره ، وحتى سقـوطه ، سواء كـان ذلـك حقيقة أو افتراضا .

ج ـ الصورة التي يعتقد أن الآخر يعرفها عنه ، وهذه الصورة التي يعتقد القائم بالاتصال أن الطرف الآخر قد كونها عنه ، قد تكون صورة غير حقيقية ، بل ضربا من الأوهام لديه ، أي أنها قد تكون بعيدة تماما عن الواقع الفعلي لصورة القائم بالاتصال لدى المتلقي . هذه الصورة ، والتي يعتقد المرسل أن المتلقي كونها عنه ، تؤثر هي أيضا في الرسالة التي يريد أن ينقلها إليه.

فكثيرا ما نسمع شخصا يقول : "فلان يعتقد أنني ... ، حسنا ، فسوف يرى ... ". ما سوف يراه الآخر ، المتلقي ، كرد فعل للصورة التي يعتقد القائم بالاتصال أن المتلقي يعرفها عنه (والتي هي غير حقيقية) ، رد الفعل هذا ، قد يدعم هذه الصورة وقد يهدمها ؛ فقد يتصور المتحدث مثلا أن المستمع يعتقد أنه خجول ، مما يجعل المتحدث ينمحي تماما أمام الطرف الآخر ، أو العكس ، قد يتحدث ويتحدث إلى درجة عدم ترك أية فرصة لسماع وجهة نظر الطرف الآخر في العملية الاتصالية ...

وهكذا ، فإن الفرد الذي يعتقد أن الآخر يظنه طيبا ، قد يتمادى في طيبته لدرجة قد تصل إلى حد البلاهة . وقد يقال عن فرد ما إنه " ليس طيبا بل عبيطا " ، وعلى العكس من ذلك ، فقد يصدم هذا الإنسان الطيب الآخرين لتغيير هذه الصورة التي يتصور وجودها بالنسبة له لدى الآخر ، وينطبق على هذا المثل القول الشائع "حسبناه موسى طلع فرعون" ، وذلك في حالة ما إذا كانت الصورة التي اعتقد المتحدث في هذه الحالة أنها له لدى المتلقي موجودة فعلا وليست وهما ، وهذا يدعم ما سبق وذكرناه بخصوص الازدواجية لدى الإنسان.

د ـ الصورة التي يكونها القائم بالاتصال للمتلقي ، فبالإضافة إلى كيان أو صورة القائم بالاتصال عن نفسه ، والصورة التي يعتقد أن المتلقي قد رسمها له ، مما يؤثر على الرسالة ، فإن هذه الرسالة تتأثر أيضا بالصورة التي يرسمها القائم بالاتصال للطرف الآخر في هذه العملية الاتصالية .

فإن كانت الصورة لدى القائم بالاتصال عن المتلقي أنه متفهم ، وذكي على سبيل المثال ، اطمأنت نفس القائم بالاتصال وازدادت ثقته في أن رسالته سوف تُفهم دون لبس ، ولن تكون غامضة ، بل ستؤدي الغرض المنشود منها. وإذا كان القائم بالاتصال يتصور أن المتلقي إنسان عظيم ، فإنه قد يحاول أن يتملقه ، أو يحاول أن يتفوق على نفسه ، أو أن يمثل الغموض . أما إذا كان لديه الإحساس بأن ذلك الشخص معاند ومكابر ، فإنه سوف يتشدد ويتزمت ، أو العكس ...

٣ ـ منطقة الشعور

بقدر درجات وضوح الصورة التي تتكون لدى الفرد للطرف الآخر ، مما قد تفصح عنه نظراته وكلماته معبرة عن شعوره وإحساسه ، بقدر ما يمكن أن يحدث من تعديل في سلوكه تجاهه .

من هنا يمكن استنباط أن في هذه المنطقة يلتقي الشعور باللاشعور ، إذ من الصعب أن نصدر حكما على الطرف الآخر ، ولكن يمكن أن نرفض هنا أن نستبقى أحكامنا الأولية عنه .

فمن الملحوظ على سبيل المثال ، أننا عند تكرار اللقاء بشخص ما ، فإن صورته قد تختلف في المرة تلو المرة ، حيث لا يمكن ، من وجهة نظرنا ، أن تبقى الصورة دون تعديل .

مما سبق يمكن استخلاص أننا نرفض الاعتقاد السائد بأن "**الانطباع الأول يظل قائما**" **(The First Impression is the Last One)** ، فمن المستحيل أن يبقى الإنسان ، القائم بالاتصال أو المتلقي في هذه الحالة ، على صورة ثابتة . **بل يمكننا تشبيه الإنسان بالصورة التي تعكسها صفحة ماء النهر تحت تأثير عوامل عديدة تغير في شكلها الطبيعي** ، انسياب سمكة تحت السطح ، أو محاولة أخرى التقاط قطعة خبز عائمة ، **أو حجر صغير ألقى به** شخص ما في النهر ، أو نسمة هواء تدفع الماء في موجات متتالية ، أو سفينة عابرة ، أو شعاع ساقط ...، عوامل مختلفة ومتعددة يمكن أن تؤثر في النهاية على الصورة المعكوسة على صفحة الماء .

يمكننا إذن تشبيه الفرد بلوحة فنية ترسمها الانفعالات والأحاسيس المتباينة التي قد تختلف من لحظة لأخرى باختلاف الموقف الاتصالي ، **وهذه نظرية نسلم بها تماما عندما** نرفض فكرة " الانطباع الأول " الذي نعتبره غير صحيح ، بل نعتبره على درجة كبيرة من الخطورة ، حيث إن هذا الانطباع الأول **يتجاهل العوامل أخرى كثيرة ويحقر من شأنها.**

كل هذا يعني أننا نرفض تصنيف الناس ووضعها في قوالب نمطية جامدة **(Stereotype)** ، لأن هذا التصنيف ، وإن كان مريحا وسهلا ، **إلا أنه تشويه للحقائق وتجميد** غير منطقي لطبيعة الإنسان غير الثابتة ؛ **وما يُكشف عنه من أسرار داخل العيادة النفسية يعد** دليلا قويا على وجود عوامل مختلفة تؤثر في ردود أفعال الفرد **وسلوكه في المجتمع** ، وهذا يجعلنا نرفض تصنيف الناس ونرفض مقولة الانطباع الأول .

فمن الضروري إذن ، أن نترك للآخر فرصته في أن يكون ، مؤمنين تماما بأن الكائن الحي يستمد بعض خصائصه من هذه الصفة ، "الحي" ، وأن سنة الحياة هي التطور ؛ ومن ثم ، فلنكن ما نكون داخليا ، ولنتطور مع الحياة .

مما سبق ، يتضح إذن أننا إذا كنا قد ذهبنا مع الرأي القائل بأن الفرد في العملية الاتصالية يشبه كتلة الجليد في الماء ، أو بمعنى أصح يشبه تلا كبيرا من الجليد[1] ، وأن معظم هذا التل غير واضح المعالم ، فإننا نتفق أيضا مع الرأي الذي يشبه الفرد بالبحر دائم التغيير ، مع من يشبهونه بعيون الحشرات ، أو بتعبير أرق ، نشبهه بقطعة من الماس متعددة الوجوه والانعكاسات .

(١) انظر الشكل التوضيحي للتل الجليدي .

وفي هذا ، نذهب مع عالم النفس الاجتماعي الأمريكي الجنسية "تشارلز كولي" (C. COOLY) (١٨٦٤م — ١٩٢٩م) ، الذي يرى أن كلا من الفرد والجماعة مكمل للآخر ، على اعتبار أن الفرد يجد "طبيعته" الحقيقية في المجتمع ، على أساس أن الذات (Ego) من وجهة نظر كولي "ذات عاكسة" (Looking Glass Ego) ، أي تعكس صورتها في عقول الآخرين ، ومن ثم فهي تأخذ في الاعتبار حكم الآخرين عليها . وبهذه الطريقة ، فإن "الشعور بالذات" (Self Feeling) يصبح "وعيا ذاتيا" (Self Consciousness) وذلك من خلال انعكاسات العلاقات الاجتماعية [٢].

(ب) انحراف تدفق الرسالة عن مسارها ووضعها في كود

السؤال الذي نطرحه الآن هو : ما مصير الرسالة في هذا الخضم من العوامل ؟ وكيف تصل الرسالة إلى المتلقي ؟ هذا إذا كان هناك احتمال لوصولها كما سبق وذكرنا .

لقد كانت الرسالة التي نرغب في نقلها إلى الطرف الآخر ونخشى عليها في آن واحد ذات دلالة محددة . إلا أنه ، كما ينكسر شعاع الضوء في أثناء مروره داخل المنشور الزجاجي ، ينكسر تدفق الرسالة أيضا ، وينحرف عن مساره المباشر داخل كل منطقة من مناطق الصور لدى القائم بالاتصال ، والتي تبدأ من منطقة اللاشعور . وعندما تصل الرسالة إلى منطقة الشعور والإحساس والوعي ، يتدخل التفكير العقلي — الواعي والمدرك — في تشكيل الرسالة ، والتي تصل هنا إلى سطح الماء ، حيث يتم وضع تلك الرسالة في كود معين ، في شفرة خاصة ، ويتم ذلك قبل حدوث الالتحام بين طرفي الاتصال .

وتحدث عملية وضع الفكر في كود تحت تأثير عوامل طفيلية دخيلة على عملية الاتصال [٣]، وهذه العوامل الدخيلة تؤثر في دلالة الرسالة الإعلامية . فكثيرا كما نسمع في الحياة العادية : "أنا كان عندي كلام كثير أريد أن أقوله لكن الطرف الآخر لم يشجعني ، وأحسست أنه لا يريد سماع وجهة نظري ..." ، أو ، "هناك أسباب كثيرة منعتني من شرح وجهة نظري ... " أو ، "كنا نتكلم ومتفاهمين تماما حتى وصل فلان فانقلبت الصورة وتغير مجرى الحديث ..."، والأمثلة عديدة تلك التي تثبت أن الرسالة يمكن أن تضيع تماما في أثناء سير العملية الاتصالية ، أو على الأقل ، تفقد جزءا من حمولتها ، ومن طاقتها ، ومن قوتها ، ومن عناصرها ، أو تدخل عليها طفيليات قد تغير من معناها ...

---

(٢) زيدان عبد الباقي . — وكائز علم الاجتماع . دار المعارف بمصر ، ١٩٧٥ .

(٣) للاستزادة في موضوع العوامل الدخيلة ارجع إلى :

جيهان رشتي . — الأسس العلمية لنظريات الإعلام . دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٥م .

(ج) فك كود الرسالة

عند سطح الماء أيضا ، يستقبل المتلقي الرسالة ويحاول فك رموزها محاولا معرفة ماذا يريد أن يقوله الطرف الآخر ، ويتم ذلك ، كما هو الحال عند وضع الرسالة في كود ، تحت تأثير هذه الطفيليات التي سبق وأشرنا إلى أنها تدخل على عملية الاتصال ومن الصعب توقعها .

نستخلص مما سبق أن الرسالة عندما تصل في نهاية المطاف إلى المستقبل ــ هذا إذا وصلت ــ لن تحتفظ بالدقة أو بالدلالة التي كان القائم بالاتصال يود أن ينقلها بها ، أي أنها ليست الرسالة نفسها ، شئنا ذلك أم أبينا . وقد سبق وتعرفنا على عدة مناطق تمر من خلالها الرسالة وتعمل أحيانا عمل المصفاة تحذف أجزاء من الرسالة المرسلة ، وهي في الوقت ذاته مصفاة من مغناطيس يجذب شوائب من المناخ الذي يحدث فيه الاتصال ويضيفه للرسالة الإعلامية ؛ لذلك ، فإن هذه الرسالة تصل في النهاية ملوثة ومنقوصة ، مغلوطة ومحرفة ، هذا إذا وصلت أصلا ، وهذا يؤكده النموذج الاحتمالي الذي سبق وطرحه بيير تشايفر وتحدثنا عنه من قبل .

باختصار شديد ، نتبنى هنا الرأي القائل بأنه من الصعب ، إن لم يكن من المستحيل ، أن تصل الرسالة التي أردنا نقلها كما هي . حقيقي قد يمكننا تقليل التحريف وتقوية الرسالة لتعويض الفاقد منها في أثناء النقل وذلك بالاستعانة بعمليات مختلفة ، إنما لا يمكن أن تصل الرسالة بدقة متناهية لأنه توجد عوائق كثيرة قد تقف في سبيل هذه الغاية ، وكثيرا ما سمعنا مثلا : " حاولت معه المستحيل إلا أنه لم يفهمني ... " .

تأصيلا على ما سبق ، يجب علينا ، بوصفنا قائمين بالاتصال ، ألا نظلم المتلقي ، أو أن نحكم عليه بالغباء . ففي العملية التعليمية مثلا ، وهي صورة من صور الاتصال ، غالبا ما يحتاج المعلم إلى تكرار الشرح لبعض الطلبة ، بالرغم من أن زملاء لهم قد فهموا واستوعبوا الدرس ، أو على الأقل اعتقدوا أنهم فهموه ، إلى جانب فريق ثالث في حاجة إلى تلك الإعادة لأنهم في آخر القاعة حيث يصلهم صوت المعلم متقطعا أو ضعيفا ، أو تحت تأثير شوشرة أحد الزملاء ، أو تشويش من خارج المدرج ... ، إلى آخر ذلك من عوامل مادية ، إلى جانب عوامل أخرى قد يكون بعضها عوامل نفسية وبعضها الآخر صحية ...

من هنا يمكن أن نستشف مدى القصور الذي يوجد في الاتصال ، إلا أن هذا يجب أن يحثنا على البحث عن الأسلوب الأمثل لتحقيق أعلى قدر من الدقة في عملية الاتصال ، التي هي ــ كما قلنا قبلا ــ حاجة من الحاجات الأساسية التي سبق لنا الحديث عنها .

وهذا النموذج للاتصال يأخذ بالعوامل الدخيلة على عملية الاتصال والتي تؤثر فيه ، أي أنه يتبنى عنصر التشويش الذي أكد على خطورته شانون وزميله ويفر وكذلك ولبور شرام وآخرون وخصوصا التشويش النفسي ، إلى جانب أنه يأخذ أيضا بمفهوم رجع الصدى الذي أشرنا إليه عند الحديث عن الاتصال الدائري .

سابعا ـ ماهية الاتصال بالنسبة لنا

مع تقديرنا لكل من بذل جهدا في هذا الموضوع ، بمحاولة تفسير عملية الاتصال الإنساني ، إلا أننا نأخذ بالنموذج الذي اقترحه بيير تشايفر ، والذي يصور ما نفهمه عن الاتصال الذي هو في هذه الحالة :

- **اتصال غير مباشر .**
- **لا يعمل منفردا .**
- **يمكن أن يعدل طوال الطريق .**
- **وأن القائم بالاتصال والمستقبل ، في هذه الحالة ، فردان من البشر ، يخضع كل منهما لنواياه وللنوايا التي يرغب في الكشف عنها لدى الآخر .**
- **وأن كلا من المرسل والمستقبل يعمل في مناخ مجتمعي يشكل إطارا عاما يتم داخله الاتصال الذي يحدث بينهما .**

وبذلك ، فنحن نؤكد هنا على وجود علاقة متبادلة بين كل من المرسل والمستقبل ، وأن كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل في آن واحد ، وذلك بالنسبة لنفسه وبالنسبة للآخر . أو بأسلوب آخر ، أن المرسل عندما يحاول الاتصال مع المستقبل – أو العكس – فإنه يمثل الإنسان الاتصالي : (**L'homo-communicans**) ، الذي هو نشط وخامل لدي جون كلوتييه ، أي الإميريك الكندي الإيجابي والسلبي في آن واحد .

ما سبق يؤكد أن الإميريك يحتل لدينا أيضا المركز في عملية الاتصال ؛ أي أن "**الاتصال الإنساني هو عملية اتصال بين اثنين من الإميريك ، كل منهما يرسل إلى الآخر ويستقبل منه في الوقت ذاته ، وتتم عملية الاتصال بينهما انطلاقا من ثقافة كل من الطرفين ومدى ما يعرفه عن الطرف الآخر ، وذلك تحت تأثير المناخ الاجتماعي الذي يتم فيه الاتصال**" .

ثامنا ـ إسهامنا الشخصي لوضع نموذج للاتصال

غني عن القول بأنه توجد نماذج عديدة للتعبير عن تأثير وسائل الإعلام في صوره المختلفة ، حيث تمت دراسة التأثير من عدة مستويات تمثل توجهات مختلفة لدراسة المشكلات الاجتماعية وتأثير وسائل الإعلام .

وما سبق ذكره من حديث عن نماذج الاتصال المطروحة قبلا ، والنقد الموجه لها ، كان منطلقا لنا نحو صياغة نموذج للاتصال في دراسات سابقة لنا تناولنا فيها موضوع البث الوافد عبر الأقمار الصناعية(٤) . وكما

---

(٤) انظر على سبيل المثال كتابنا : **قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث** . دار الفكر العربي ، ١٩٩٣م .

بدأ نموذج روبير إسكاربيت نموذجه من المتلقي ، فـإن نموذجنـا الخـاص بالاتصال يبدأ أيضا بالمتلقي ولا يبدأ من المرسل . وقد تمت صـياغة هـذا النموذج الخاص بنا في صورة تساؤلات ستة وهي :

من ؟
يتلقى ماذا ؟
بأي وسيلة ؟
ولماذا ؟
ومن المرسل ؟
وما تأثير ذلك ؟

وأيضا ، **بث وافد على شاشات التليفزيون** . دار الفكر العربي ، ١٩٩٤م .

وكذلك ، **وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ** . دار حافظ ، جدة . طبعة ثانية ، ٢٠٠٠م .

الفصل الثاني

دراسة سُسيولوجية لوسائل الإعلام

تمهيد

الفصل الثاني
دراسة سسيولوجية لوسائل الإعلام

تمهيد

في هذا الفصل ، نتناول اتجاهات الدراسات السسيولوجية لوسائل الإعلام في مبحثين ، نخصص مبحثا منهما للدراسة المورفولوجية ، والمبحث الآخر للدراسة الفسيولوجية .

وفي مبحث مستقل ، سوف نركز بوجه خاص على الدور الوظيفي للتليفزيون والذي تهتم به الدراسات الاجتماعية أكثر من غيره من وسائل الإعلام الأخرى ، إلا أن هذا لا يمنع من الإشارة من حين لآخر إلى وسائل أخرى للإعلام .

المبحث الثالث
دراسة مورفولوجية لوسائل الإعلام

في هذا المبحث ، نتناول بالدراسة وسائل الإعلام من الناحية البنيوية مـن وجهـة النظـر السسيولوجية ، حيث نولي اهتماما خاصا بالتليفزيون لعدة اعتبارات سبق الإشارة إليها ، كما سنركز أيضا في دراستنا هذه على وسائل الإعلام في مصر بوجه خاص ، وفي الدول العربية والدول النامية ودول أخرى متقدمة ، فإن من شأن هذه الدراسة أن تساعدنا على فهم طبيعة وسـائل الإعـلام فـي الوطن العربي وفي مصر ، ونعتمد كثيرا في هذه الدراسة على الأرقام التي نحصل على معظمها من الإحصائيات التي تنشرها يونسكو .

أولا ـ توزيع وسائل الإعلام في العالم وفي الدول النامية

قبل أن نتكلم عن توزيع وسائل الإعلام في العالم ، نتحدث أولا عن الحد الأدنـى لتواجـد وسائل الإعلام في الدول النامية كما أقرته يونسكو ، فقد تساعدنا معرفة هذا الحد الأدنـى فـي فهـم أفضل لطبيعة وسائل الإعلام في الدول العربية بصفة عامة ، وفي مصر بوجه خاص .

(أ) الحد الأدنى لوسائل الإعلام

في تقرير قدم إلى الأمم المتحدة عام ١٩٦١م ، اقترحت يونسكو ما يسـمى بالحـد الأدنـى الواجب توافره بالنسبة لوسائل الإعلام [١] ، والذي يجب أن تصل إليه الدول الناميـة . وقـد أبـدى التقرير اقتراحا بأن تبذل كل دولة جهدها لكي توفر لأفراد شعبها هذا الحد الأدنى بالنسبة لكـل ١٠٠ نسمة ، وإن كان هناك من يرى أنها نسبة ضئيلة[٢] هي :

ـ عشر نسخ من الصحف اليومية لكل ١٠٠ نسمة
ـ خمسة أجهزة راديو لكل ١٠٠ نسمة
ـ جهازان تليفزيون لكل ١٠٠ نسمة
ـ مكانان في السينما لكل ١٠٠ نسمة

وقد أوصى هذا التقرير ، والذي وافق عليه ولبور شرام (الذي كان يعد الخبيـر الأول فـي مجال الإعلام لمنظمة يونسكو) ، بأن تحاول كل دولة نامية أن تصل إلى هذا الحد الأدنـى بالنسـبة لوسائل الإعلام ، وأشار التقرير أيضا إلى أن عدد الدول التي كانت قد وصلت إلى هذا الحد الأدنـى عام ١٩٦١م محدود في كل من أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية ، فإن معظم هذه الدول النامية كانـت بعيدة جدا عن هذا الحد الأدنى الذي أقرته يونسكو ، وظل هذا الأمل يراود الجميع إلى أن تحقق فـي نهاية القرن العشرين بالنسبة لعديد من الدول العربية بوجه خاص ، على الأقل بالنسبة لبعض وسائل الإعلام في دول البترول الغنية وهو ما سوف تكشف عنه الصفحات التالية .

---

١) Wilbur SCHRAMM . – **Mass Media and National Development** : The Role of Information in Developing Countries . Stranford Univesity Press , California 1974 , UNESCO , Paris .

٢) H. BOURGES . – **Décoloniser l'information** . Ed. Cana . Paris , 1978 .

خاص ، على الأقل بالنسبة لبعض وسائل الإعلام في دول البترول الغنية وهـو مـا سـوف تكشف عنه الصفحات التالية .

(ب) عدم التوازن في توزيع وسائل الإعلام

في السطور التالية دراسة مقارنة لانتشار بعض وسائل الإعلام على مستوى العالم ، وبخاصة الوسـائل الإليكترونية راديو وتليفزيون وحاسبات آلية ، والتي يطلق عليهـا اسـم "التكنولوجيا الحديثة للاتصال" ، والتي تعرف بالنسبة للناطقين باللغة الفرنسية باسم : **"Thechnologies modernes de la communication"** والشـهيرة بمختصـر اسـمها الفرنسي **"TIC"**[1]، والتي أطلق عليها في يوم ما الاسم الإنجليزي **"Hight Thecnology"**، هـذا الفضاء السيبرناطيقي **(Cyberespace)** ، الفضاء المعلوماتي ، والذي فتح البـاب واسـعا أمام تبادل الأفكار ودخـل بالإعلام عصر السموات المفتوحة .

هذه الوسائل بدون شك ، تعد أهم الوسائل التي ظهرت في القرن العشرين ، وتمثـل ثورة في تاريخ الإنسانية بعد الثورة الصناعية التي عرفها الإنسان في القرن الثامن عشر .

واهتمامنا بالتليفزيون لا يمنع من الإشارة إلى الوسائل المطبوعة ، والـذي يرجـع الفضل فيها إلى "يوحنا جوتنبرج" . وقد دخلت الوسـائل المطبوعـة هـي أيضـا عصـر التكنولوجيا الرفيعة ، وأصبحنا نقرأ عن صحف يتم نقل محتواها عبر الأقمار الصناعية لكـي تطبع في دول أخرى كما هو الحال بالنسبة لجريدة **الأهـرام** المصـرية وجريـدة **الشـرق الأوسـط** السعودية ... ، كما يستعان بالقنوات الفضائية التي تبث عبر الأقمـار الصـناعية بوصفها وسيطا للحصول على الأخبار للصحف . كذلك دخلـت التكنولوجيـا الحديثـة فـي "المطبخ" الصحفي حيث يستعان بالحاسـبات الآلية في جمع المادة التحريرية بل وفي عمليـة الإخراج الصحفي أيضا ...

١ ــ انتشار أجهزة الراديو

في دراسة سابقة بالنسبة لقارة أفريقيا والتي اعتمدنا فيها على الإحصائيات الرسـمية التي تنشرها يونسكو ، وجدنا أن معظم الدول في هذه القارة النامية لم تصل إلى الحد الأدنـى بالنسبة لعدد أجهزة الراديو الذي تقترحه يونسكو ؛ فبينما وصل عدد أجهزة الراديو في الدول المتقدمة إلى ٩١٣ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة ، وجدنا أن هناك ٢٦ دولة أفريقية لم يكن يتعدى عدد أجهزة الراديو فيها نسبة ٥٠ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة .

وفي عام ١٩٨٨م ، تفيدنا التقارير المنشورة بأن الحد الأدنى لجهـاز الراديـو فـي أفريقيا لم يكن قد تحقق بعد . إلا أن هناك حاليا تحسنا عن الوضع السابق حيث وصلت نسبة انتشار جهاز الراديو في الدول الأفريقية عام ١٩٩٨م إلى ١٧٠ جهاز لكـل ١٠٠٠ نسـمة ، علما بأن انتشاره في العالم وصل إلى ٣٦٠ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة .

---

(١) **M. TAWFIK** (Sous la direction de) . – **Rapport mondial sur la communication et l'information : 1999 –2000** .(Ouvrage collectif) . Ed. G. BARTAGNON & Y, COURRIER (avec l'assistance de A. CLAYSON). UNESCO . Paris , 1999 .

وعلى مستوى الدول العربية عام ١٩٩٥م ، تأتي لبنان في المقدمة حيث بها ٨٩١ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة ، ثم سلطنة عمان (٥٨٠) ، فالبحرين (٥٧٥) ، والكويت (٤٧٣) وقطر (٤٣٨) فمصر (٣١٢) والمملكة العربية السعودية (٢٩١) والسودان (٢٧٠) وسوريا (٢٦٤) والأردن (٢٥١) ...

والمشاهد هنا ، أن كل الدول العربية قد حققت الحد الأدنى بالنسبة لجهاز الراديو فيما عدا الصومال واليمن حيث إن بها أقل من خمسة أجهزة لكل ١٠٠ نسمة .

٢ ـ انتشار أجهزة التليفزيون

حتى عام ١٩٧٩م ، كان هناك حوالي ١١٦ دولة أدخلت التليفزيون أراضيها من بين ١٥٦ دولة في العالم في ذلك التاريخ[١] ، ومن بين هذه الدول التي تبنت التليفزيون وقتها كان هناك ٦٠ دولة فقط تبث برامجها بالألوان وفقا لأحد الأنظمة الثلاثة المستخدمة في البث التليفزيوني الملون : **PAL , SECAM , NTSC** .

وفي عام ١٩٧٩م أيضا ، كان عدد أجهزة التليفزيون في العالم يقدر بحوالي ٤٧١ مليون جهاز ، ولكن في توزيع غير متعادل بين الدول وبين القارات ... ، شأنه شأن غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى ، بل وأشياء أخرى يمكن للقارئ تحديدها بسهولة ؛ فتشير الإحصائيات مثلا إلى أن من بين ١١٦ دولة أدخلت التليفزيون يوجد ثلاث دول فقط تحتكر أكثر من نصف عدد أجهزة الاستقبال التليفزيوني وهي الولايات المتحدة الأمريكية واليابان والاتحاد السوفييتي . وهذا التوزيع غير العادل لمسناه أيضا بين مجموعات الدول ؛ فبينما تمتلك مجموعة الدول المتقدمة (البلاد الأوربية والاتحاد السوفييتي والولايات المتحدة وكندا واليابان واستراليا ونيوزيلندا وجنوب أفريقيا وإسرائيل) ٤٠٧ ملايين جهاز تليفزيون ، فإن كل بقية العالم لم تكن تمتلك سوى ٦٤ مليون جهاز استقبال أي بنسبة أكثر من ٤ : ١ ، بالرغم من أن توزيع عدد السكان بين دول العالم النامي والدول المسماة بالمتقدمة تصل نسبته إلى ٣ : ١ ، ويزيد الفارق بينهما باستمرار إذا أخذنا في الحسبان عدد المواليد في كل من العالمين . وقد كان هذا الفارق بين العالم النامي والعالم المتقدم عنوانا لكتاب عنوانه " **ثلث العالم ، ثلاثة أرباع العالم** "[٢] ، والذي نحيل إليه القارئ المهتم بمجالات التنمية .

فالوضع بالنسبة للتليفزيون في الدول النامية قد يكون أصعب من الوضع بالنسبة للراديو وذلك لارتفاع سعر جهاز التليفزيون مقارنة بسعر جهاز الراديو هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى لحاجة التليفزيون للكهرباء حيث لم ينتشر حتى الآن التليفزيون "الترانزستور"... وربما يكون ذلك من أسباب وجود عدم عدالة في توزيع أجهزة التليفزيون بين العالمين حيث يوجد ٣٦٧ جهاز استقبال لكل ١٠٠٠ نسمة في الدول المتقدمة (والحد الأدنى الذي افترضته يونسكو هو ٢٠ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة) ، بينما هذه النسبة وفقا لما تشير إليه إحصائيات

---

(١) H. BOURGES . – Décoloniser l'information . Op. Cit.

(٢) Maurice GUERNIER . – Tiers-Monde , trois quarts du monde . Bordas , Dossier/demain , Rapport du Club de Rome . Paris , 1980 .

عام ١٩٨٠م كانت لا تتعدى ١٦،٢ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة في دول العالم الثالث ، أي أن الفجوة مازالت موجودة بين العالمين .

ومما يذكر في هذا الخصوص ، أنه في أثناء الدورة التدريبية التي نظمها معهد التدريب الإذاعي للعاملين في الحقل الإعلامي في الدول الأفريقية الناطقة باللغة الفرنسية عام ١٩٨٥/٨٤م ، ذكر لنا بعض الدارسين أن البث التليفزيوني قد بدأ في دولهم منذ شهور فقط ، وذكر آخرون أن التليفزيون ما زال في مرحلة التجارب لديهم ، بل ومنهم من قال إنهم لا يرون ضرورة لإدخال التليفزيون في أراضيهم ما دامت شاشات التليفزيون لديهم تستقبل برامج التليفزيون التي تبثها أربع دول مجاورة ، أو لأنهم يشاهدون القناة الفرنسية "CFI"عبر القمر الصناعي مرورا بمحطة أرضية أهدتها لهم فرنسا [١]....

لكن هذا الوضع بالنسبة للتليفزيون الذي كانت عليه الدول الأفريقية حتى منتصف الثمانينيات قد تحسن هو أيضا في نهاية العقد التاسع من القرن العشرين كما تحسن الوضع بالنسبة للراديو ، فقد وصل انتشار التليفزيون في أفريقيا إلى ٣٥ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة ، إلا أن انتشاره على المستوى العالمي بنسبة ٢٣٠ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة أي أن أفريقيا في مجال حيازة التليفزيون ما زالت بعيدة عن المتوسط العالمي .

وعلى مستوى تكنولوجيا البث التليفزيوني ، يلاحظ تقاربا على مستوى الدول المتقدمة في انتشار الأساليب الثلاثة للبث ، البث عن طريق الشبكة الأرضية الهيرتزية ، والبث عن طريق الكابل ، والبث عبر الأقمار الصناعية على النحو المبين في الجدول التالي :

جدول رقم "١"

نسبة انتشار تكنولوجيا التليفزيون في المنزل في الدول المتقدمة

(عام ١٩٩٦م)[٢]

مجموعة الدول	تكنولوجيا التليفزيون	نسبة انتشارها في المنازل %
أوربا	تليفزيون هيرتزي فقط	٦٧
	تليفزيون كابلي	٢٤
	عبر الأقمار الصناعية	٩
أوربا الغربية	تليفزيون هيرتزي فقط	٦٠
	تليفزيون كابلي	٢٨
	عبر الأقمار الصناعية	١٢
الولايات المتحدة الأمريكية	تليفزيون هيرتزي فقط	٥٦
	تليفزيون كابلي	٦٥
	عبر الأقمار الصناعية	7

ومن الجدير بالذكر هنا ــ أنه بالرغم من دخول التليفزيون الكابلي والأقمار الصناعية والتي تغطي معظم الدول في أوربا الغربية ، فإن التليفزيون الهيرتزي يظل مهما جدا خصوصا في إسبانيا وفرنسا وإيطاليا والبرتغال وإنجلترا .

(٢) مصر أيضا من الدول التي أهدتها فرنسا محطة أرضية خاصة بهذه القناة الفرنسية أقيمت على جبل المقطم .

(٢) بعض البيوت في الدول المتقدمة لا يوجد بها سوى التليفزيون الهيرتزي ، ولكن دولة مثل ألمانيا انتشر فيها التليفزيون الكابلي .

أما في الولايات المتحدة الأمريكية ، فيقدر عدد المشتركين في التليفزيــون الكــابلي بحوالي ٦٦ مليون مشترك يشكلون نسبة ٦٧،٢ % ممن لديهم تليفزيون ، وثمانية ملايين في كندا (٧٣,٢ %) ، فالتليفزيون الكابلي مهم جدا في أمريكا الشمالية مقارنة بدول أوربا الغربية حيث يوجد ٥٢,٥ مليون مشترك (٢٨,٨ %) ولكن يرتفع الاشتراك في الكابــل فــي بعــض الدول الأوربية عنه بالنسبة لكندا والولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٩٧٧م ، وفي أوربــا الغربية يوجد ٢٤,٥ مليون منزل يلتقط البث التليفزيوني والإذاعي عبر الأقمار الصناعية .

وعن انتشار التليفزيون في الدول العربية ، فإن الشائع اســتخدامه حتــى الآن هــو التليفزيون الهيرتزي ، وكذلك انتشر استخدام الأقمار الصناعية في البث التليفزيوني في معظم الدول العربية ، ولكننا حتى الآن لم نلمس اهتماما بالتليفزيون الكابلي إلا مؤخرا بالنسبة لدولة الإمارات التي دخلها الكابل على استحياء . وفي عام ١٩٩٥م ، كانت كل الدول العربية تقريبا قد حققت الحد الأدنى لتوافر عشرين جهازا للتليفزيــون على الأقل لكل ألف نسمة . وتــأتي هنا قطر في المقدمة (٤٥٧) والبحرين (٤٣٩) والكويت (٣٧٣) والمملكة العربية الســعودية (٢٦٩) ولبنان (٢٥٨) واليمن (٢٦٧) والإمــارات (٢٦٣) والأردن (١٧٥) وتــونس (١٥٦) والمغرب (١٤٥) وليبيا (١٦٨) ومصر (١٢٦) ... فيما عدا الصــومال (١٣ جهــاز لكــل ١٠٠٠ نســمة) .

٣ ــ الحاسب الآلي والإنترنت

انتشر الحاسب الآلي في السنوات الأخيرة من القــرن العشــرين بظهــور جهــاز الحاسب الشخصي (Personal Computer) والمعروف بالمختصر الإنجليزي "PC" ، والــذي صغر حجمه ، وأصبحت بعض الأجهزة منه في حجـم الكتــاب (Note Book) والــذي فــي للإمكان التنقل به بين البيت والمكتب أو في السيارة ... ، مما مكن من اندلاع أهم ثورة فــي عالم الاتصال ظهرت في الربع الأخير من القرن العشرين والتي ساعدت في ظهور ما يعرف باسم "ثورة المعلومات".

وبعيدا عن الحديث عن تمركز الشركات الكبرى المنتجة للحاسب الآلي في بعــض الدول ، سواء بالنسبة للأجهزة (Hardware) حيث توجد خمس شركات من عشــر شــركات كبرى على مستوى العالم في أمريكا وشركتان في إنجلترا ، أو بالنسبة للبرامج (Software) .

فكما هو الحال بالنسبة لأجهزة الراديو وأجهزة التليفزيون ، نلمس عدم عدالة أيضــا في انتشار الحاسب الآلي جغرافيا على مستوى دول العالم وقاراته المختلفة . فتشير الأرقــام التي نشرت لعام ١٩٩٦م إلى وجود ٢٣٤٢٠٠٠٠٠ جهاز علــى مســتوى العــالم ، منهــا ٩٦٦٠٠٠٠٠ في أمريكا وحدها ، و٧٢٨٦٤٠٠٠ في أوربــا ، و١٦١٠٠٠٠٠ فــي اليابــان (وهذا يمثل ٧٩ % من إجمالي عدد الأجهزة في العالم) . كما تشير الأرقــام إلــى أن نســبة انتشار الحاسب الآلي بين دول العالم عام ١٩٩٨م كان على النحو التالي وذلك بالنســبة لكــل ١٠٠ نسمة :

ــ ٣٦,٢ في أمريكا ــ ٩,٦ في أوربا
ــ ١٢,٨ في اليابان ــ ٠,٦٤ في أفريقيا

وعدم العدالة هنا نجده بين الدول المتقدمة وبعضها ، وقد تضاعف عدد أجهزة الحاسب الآلي خلال خمس سنوات كما هو موضح في الجدول رقم "٢". وفي عام ١٩٩٧م ، تأتي الولايات المتحدة على قمة الدول بالنسبة لانتشار الحاسب الآلي ، من حيث عدد الأجهزة لكل ١٠٠ نسمة(٤٩ جهازا ، تليها من حيث الأهمية كندا (٤٦) ثم سويسرا (٤٤) ، فالنرويج (٣٩) ، ولوكسمبورج (٣٧) ، والدانمارك (٣٦) ، والسويد (٣٦) ، وهولندا (٣٤) ، وفنلندا (٢٨) ، وإنجلترا (٢٧) ، وألمانيا (٢٦) ، والنمسا (٢٢) ، وبلجيكا (٢١) ، وفرنسا (٢٠) ، وايرلندا (١٥) ، والبرتغال (١٣) ، وايطاليا (١٢) ، وإسبانيا (١١) ، واليونان (٦) .

وفي عام ١٩٩٨م كان انتشار أجهزة الحاسب الآلي مقارنة بأجهزة الراديو والتليفزيون بالنسبة لأفريقيا مقارنة بدول العالم على النحو الموضح في الجدول رقم "٣".

أما بالنسبة للدول العربية ، فإننا نلمس تفوقا في انتشار الحاسب الآلي بالنسبة لبعض الدول حيث نلاحظ وجود ٥٦،٢ جهازا لكل ١٠٠٠ نسمة في قطر ، و ٥٠,٦ في البحرين ، و٤٦,٤ في الإمارات و١٢,٧ في سلطنة عمان و١٢,٥ في لبنان ، و ٨ في الأردن ... وذلك بالنسبة لعام ١٩٩٧م .

جدول رقم "٢"

عدد الحاسبات الآلية لكل ١٠٠ نسمة في بعض الدول المتقدمة في الفترة من عام ١٩٩٣م إلى عام ١٩٩٧م

الدولة	السنة				
	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧
ألمانيا	١٣	١٤	١٧	٢٤	٢٦
فرنسا	١٠	١٢	١٣	١٨	٢٠
إيطاليا	٦	٧	٨	١٠	١٢
إنجلترا	١٣	١٥	١٩	٢٥	٢٧
الولايات المتحدة الأمريكية	٢٧	٣٠	٣٣	٤٨	٤٩

وبعض الحاسبات الآلية مزود بالإنترنت ويتزايد ذلك باطراد ملحوظ . ففي يوليو عام ١٩٩٨م ، وصل عدد الأجهزة المزودة بالإنترنت إلى ٣٦,٧ مليون جهاز في العالم . ولكن يلاحظ أن **فنلندا متقدمة جدا في هذا الجانب أكثر من غيرها من الدول ، حيث تصل نسبة هذا النوع من الأجهزة إلى ١٠٠,٥٦ جهاز لكل ١٠٠٠ نسمة .**

وعلى مستوى القارة الواحدة ، يلاحظ وجود عدم عدالة في انتشار الإنترنت ، حيث ينتشر في دول شمال أوربا أكثر من انتشاره في دول أوربا الأخرى ، فهو يوجد بنسبة ٢٠,٨ % في فنلندا ، و ١٤,٨ % في السويد ، و١٣,٣ في النرويج ، و ١٢,٨ % في الدنمارك ، بينما في الدول الأوربية المطلة على البحر الأبيض المتوسط (إسبانيا واليونان وايطاليا والبرتغال) ٣ % فقط يتعاملون مع الإنترنت .

وعن نسبة عدد مستخدمي الإنترنت (Internautes) من بين عدد السكان عام ١٩٩٧م ، تأتي الولايات المتحدة الأمريكية هنا أيضا في المقدمة، تليها كندا ثم فنلندا ، فالسويد ، والنرويج ، والدانمرك ، وسويسرا ، وإنجلترا ، وهولندا ، وألمانيا ، وفرنسا (وسوف نتحدث عنها فيما بعد) ، ثم بلجيكا ، والنمسا ، وإيرلندا ، وإسبانيا ، وإيطاليا ، والبرتغال ، واليونان .

وفي عام ١٩٩٨م ، وصل عدد المتعاملين مع الإنترنت في الولايات المتحدة وكندا إلى ٧٠ مليون فرد ، وفي أوربا ٣١,٧ مليون ، إلا أن الوضع يختلف عن ذلك والفجوة تظهر بوضوح بين هذه الدول المتقدمة ودول العالم النامي ، حيث عدد المشتركين في الإنترنت في التاريخ نفسه لم تزد عن ١٩,٣ مليون فرد في آسيا ، و ٧,٢٥ مليون فرد في أمريكا الجنوبية ، و ٠,٨ من المليون في أفريقيا ، و ٠,٧٥ من المليون في الشرق الأوسط . هذا وقد وصل عدد الدول الأفريقية التي دخلها الإنترنت حتى عام ١٩٩٦م إحدى عشرة دولة فقط ، إلا أنه وبعد مرور عامين فقط ، سرعان ما انتشر ودخل جميع الدول الأفريقية خصوصا في العواصم والمدن الكبرى . وبالنسبة للدول العربية ، تشير الإحصائيات إلى أن نسبة ٩٨ % من مستخدمي الإنترنت فيها من الذكور ، النصف في المنزل والنصف الآخر في المكاتب والمقاهي (Café NET) .

جدول رقم "٣"
انتشار التكنولوجيا الراقية في العالم وفي أفريقيا عام ١٩٩٨م
بالنسبة لكل ١٠٠ نسمة

الجهاز	انتشاره في العالم لكل ١٠٠ نسمة	انتشاره في أفريقيا لكل ١٠٠ نسمة
الراديو	٣٦	١٧
التليفزيون	٢٣	٣,٥
الحاسب الآلي	٤,٤	٠,٣

أما على مستوى مصر ، فقد وصل عدد مستخدمي الإنترنت فيها عام ١٩٩٨م إلى ٢٠٠٠٠ مشترك (وعدد السكان فيها أكثر من ٦٠ مليون نسمة) متقدمة بذلك جميع الدول الأفريقية فيما عدا جنوب أفريقيا (دولة متقدمة) التي وصل عدد مستخدمي الإنترنت فيها عام ١٩٩٨م إلى ٦٠٠٠٠٠ مشترك وعدد السكان فيها ٣٩ مليون نسمة فقط . وتأتي بعد مصر من حيث عدد مستخدمي الإنترنت زمبابوي (١٠٠٠٠٠ مشترك) وعدد السكان فيها لم يتجاوز كثيرا ١١ مليون نسمة ، ثم المغرب (٦٠٠٠) وعدد السكان فيها ٢٩,٢ مليون نسمة ، وكينيا (٥٠٠٠) فتونس وموزمبيق (٣٥٠٠) ...

أما بالنسبة للدول العربية ، فإن الإحصائيات المتوافرة لشهر ديسمبر عام ١٩٩٧م تشير إلى أن مصر جاءت في المرتبة الثالثة من حيث عدد المشتركين في الإنترنت (١٥٢٥٥مشترك) بصرف النظر عن عدد سكانها مقارنة مثلا بعدد سكان الإمارات التي جاءت في المقدمة (٣٢٢٠١ مشترك)، تليها البحرين والمملكة السعودية (١٦٩٢٣) ولبنان (١٥٤٠٠) فمصر ، ثم سلطنة عمان (٧٥٩٥) وقطر (٦٢٨٩) وتونس (١٧٥٠) واليمن ٨٨٢) .

والإنترنت وسيلة مثلى ومتاحة على مدار ٢٤ساعة يوميا وطوال الأسبوع بدون عطلات ، وذلك للوصول إلى التسلية والثقافة والتعليم ، وهي الوظائف الثلاثة التي تنسب لأي وسيلة إعلامية . فالإنترنت يعد نافذة مفتوحة على عشرات الملايين من الصفحات جاهزة للاستخدام الفوري ، وتتزايد باستمرار . وفي بداية عام ١٩٩٢م ، قدر عدد المتعاملين مع هذه الشبكة العنكبوتية بحوالي ٣٠ مليون شخص ، وذلك للتسلية أو لأنشطة ترتبط بالعمل أو لأغراض تربوية .

ولكن خطورة الإنترنت ترجع إلى أنها في الغالب وسيلة شخصية ، ينفرد بها الفرد **(Personal Media)** ، ومن السهولة بحيث يمكن للطفل في المنزل الوصول إليها (ربما أكثر من الكبار) . ولكن بعض المضمون الذي يوفره الإنترنت أمام مستخدميه يرعبنا شخصيا . فإلى جانب مشاهد العنف المعروفة للجميع ، يشير أحد البحوث إلى وجود ٥٠٠٠٠٠ موقع **(Site)** تحتوي على مضمون جنسي ، ويصور عدد كبير منها علاقات جنسية مع الأطفال الذكور . وتتكاثر هذه المواقع التي يحيل بعضها إلى ٨٠٠ موقع آخر تعرض صورا "مقبولة" بالنسبة لبعض الثقافات ، إلى جانب مواقع أخرى مخفية هربا من المتابعة من قبل الشرطة . ويحضرنا هنا برنامج قُدم في بداية الثمانينيات على شاشة التليفزيون الفرنسي عُرض فيه فيلما تسجيليا صوره أحد الأفراد في زيارة سياحية له في إحدى دول جنوب شرق آسيا ، وقدم فيه صورا لانحراف بعض الأطفال من الذكور والإناث ، وتناول فيه موضوع هذا النوع من "السياحة" من أجل ممارسة الجنس مع الأطفال ... ومن الجدير بالذكر أن غداة بث هذا البرنامج ، وجدنا في الصحافة ثورة من الرأي العام الفرنسي على مصور الفيلم وعلى موضوع الفيلم ، ونادى بعض الفضلاء بأنه كان من الأفضل توجيه الأموال التي تنفق في مثل هذا النوع من السياحة إلى هؤلاء الفقراء من الأطفال الذين يعولون أسرهم في بعض الأحيان .

ولا يقتصر التعامل مع الإنترنت على الاستخدام الشخصي ، فقد وصلت نسبة عدد المدارس التي دخلها الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٤م إلى ٣٥ % ، ارتفعت إلى ٧٢ % عام ١٩٩٧م ، كما أفصح بحث أجري في الولايات المتحدة الأمريكية عن أن ٧٣ % من المكتبات العامة تمكن المترددين عليها من الدخول في هذه الشبكة .

أما بالنسبة للإنترنت والتعليم في الدول الأوربية ، فإن نسبة دخول الإنترنت المدارس قد وصلت في سلوفينيا إلى ٨٠ % (٩٠ % في الثانوي و٨٠ % في الابتدائي) مثلما في البلاد المتقدمة جدا . وتخطط إنجلترا لعام ٢٠٠٢م لكي يعمم الإنترنت في المدارس والجامعات وكل المكتبات وأكبر عدد من المراكز المحلية، هذا ويلاحظ أنه في إنجلترا ٢٠ % من المكتبات مزودة بالإنترنت .

وقد شهدت قارة آسيا هي أيضا تطورات سريعة بالنسبة لانتشار الإنترنت بها ، ففي عام ١٩٩٧م ، وصل عدد المدارس الحكومية المزودة بالحاسب الآلي إلى أكثر من ٩٤ %، ١٠ % منها مزودة بالإنترنت ، والذي سوف يعمم في كل المدارس بالوصول إلى عام ٢٠٠٣م . وفي نيوزيلندا ، ٨٣ % من المدارس الابتدائية مزودة بالإنترنت ، وترتفع النسبة إلى ٩٤ % بالنسبة المرحلة الثانوية . أما في أمريكا اللاتينية ، فإن الشبكة القومية للإنترنت في شيلي تغطي ١٠٠ % من الدارس الثانوية و ٥٠ % من المدارس الابتدائية .

ومن الجدير بالذكر هنا ، أن أجهزة التليفون هي أيضا يلاحظ عدم عدالة بالنسبة لانتشارها بين الدول المختلفة ، حيث تشير إحصائيات عام ١٩٩٦م بأن في أوربا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان يوجد ٦٨ % من أجهزة التليفون في العالم بالرغم من أن هذه الدول تمثل ١٥ % فقط من سكان العالم ، ، وذلك مقابل ١،٨ % للدول الأفريقية ، وأنه يوجد أفريقي من اثنين لم يستخدم التليفون أبدا ، ولكن استخدام الخطوط الدولية أعلى في أفريقيا عن المتوسط العالمي ، والوسائل الرقمية (Digital) بصفة عامة ، تليفون وتليفزيون وراديو ، تعد أحدث صيحة للتكنولوجيا في العالم النامي .

٤ ــ في مجال الأقمار الصناعية

فيما يتعلق بالأقمار الصناعية الخاصة بالاتصال ، لم نتحدث كثيرا من قبل عن الوضع غير المتوازن بين دول الشمال ودول الجنوب حيث الفارق كبير بين موقف كل من العالمين ، العالم المتقدم والعالم النامي في مجال تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، حتى لو كان لدى بعض هذه الدول النامية ، الهند مثلا وأندونيسيا[1] ، أو لدى مجموعة من هذه الدول مثل الدول العربية ، أقمار صناعية خاصة بها ، حتى ولو تم تصنيعها بوساطة آخرين وهو ما حدث بالنسبة لسلسلة "القمر الصناعي العربي" والقمر الصناعي المصري الأول والثاني .

وقد دخلت مصر نادي الفضاء وعالم الأقمار الصناعية ، وأصبح لها قمران صناعيان ، "نايل سات ١٠١" و "نايل سات ١٠٢"، وهناك دول عربية أخرى في طريقها لكي يكون لها أقمار صناعية خاصة بها وإن اختلفت الأغراض والأهداف بالنسبة لهذه الأقمار[2]، ومن هذه الدول نذكر دولة الإمارات والمملكة العربية السعودية . ونود أن نشير هنا إلى أن مصر ، كما هو الحال بالنسبة لدول أخرى كثيرة ، كانت قد دخلت عالم الأقمار الصناعية قبل أن يكون لها أقمارها الخاصة بها والتي تحمل اسم نايل سات . فنحن نتعامل في مصر مع الأقمار الصناعية منذ النصف الأول من العقد السابع من القرن الماضي[3] ، وذلك من خلال شبكات عالمية للاتصال[4].

٥ ــ عدد النسخ من الصحف والكتب المطبوعة

عدم التوازن بين الدول المتقدمة والدول النامية كان أيضا ملموسا عام ١٩٨٠م بالنسبة لعدد النسخ من الصحف المطبوعة ، حيث تتوافر ٥٠٠ نسخة من الصحف لكل ١٠٠٠ نسمة في الدول المتقدمة ، بينما لا يزيد عدد النسخ عن ١٥ نسخة فقط لكل ١٠٠٠ نسمة بالنسبة للدول النامية (والحد الأدنى الذي أقرته يونسكو هو ١٠٠ نسخة لكل ألف نسمة)، وقد يرجع ذلك إلى عدم توافر ورق الطباعة هذا من جانب ، وارتفاع نسبة الأمية في الدول النامية من جانب آخر ...

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى كتابنا : **الأقمار الصناعية والتنمية: تجربة هندية** . مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٨م .

(٢) للاستزادة ارجع إلى الفصل الخاص بالقمر الصناعي المصري في كتابنا : **وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ** . دلسر حافظ ، جدة ، أكتوبر ١٩٩٩م .

(٣) للاستزادة ارجع إلى كتابنا : **دولنا النامية في عصر الأقمار الصناعية** . دار الفكر العربي . القاهرة ، ١٩٨٠م .

(٤) للاستزادة في هذا الموضوع ، ارجع إلى كتابنا : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية . **مرجع سابق** .

وبالنسبة لعدد النسخ من الصحف في مصر ، والذي كان ١٤ و١٠ و٩ للسنوات ١٩٧٠م و١٩٧٨ م و١٩٧٩ م على التوالي ، وبنسبة ٦٠،٤ نسخة لكل ١٠٠٠ نسمة ، كانت هذه النسبة ٣٣ نسخة فقط لكل ١٠٠٠ نسمة في إجمالي الدول العربية والتي تضم دول البترول الغنية ، وكذلك تتعدى نسبة عدد النسخ في مصر مثيلتها بالنسبة لدول العالم الثالث ، إلا أن النسبة كانت أقل بكثير من الحد الأدنى الذي اقترحته يونسكو وهي ١٠٠ نسخة لكل ١٠٠٠ نسمة (١).

ولكن الأرقام المعطاة لعام ١٩٩٥م (ودائما بالنسبة لكل ١٠٠٠ نسمة) تظهر أن بعض الدول العربية قد حققت الحد الأدنى الذي أقرته يونسكو ، وجاء في المراكز الأولى الدول التالية : الكويت (٣٨٧) ، وقطر (١٤٦) ، والإمارات (١٤٠) ، والبحرين (١٢٦) ، ولبنان (١١٠) . أما بالنسبة للدول التي لم تحقق بعد الحد الأدنى فمنها دول غنية مثل المملكة العربية السعودية (٥٨) ، والجزائر (٥١) ، والأردن (٤٧) ، ومصر (٣٨) ، وتونس (٣٠) .

وفي عام ١٩٩٩م ، تشير إحصائيات يونسكو إلى أن عدد الجرائد اليومية والأسبوعية والمجلات قد وصل إلى :

١ ــ في الدول النامية

البرازيل	٨١	مصر	١١
باكستان	٢٣	أنجولا	٣
فنزويلا	١٨	بتسوانا	٢

٢ ــ في الدول المتقدمة

استراليا	٨٠	يوغسلافيا	١٥
إسبانيا	٣٥	سلوفينيا	١٥
الدنمارك	٢٤	ليتوانيا	٢

أما بالنسبة للكتب ، فتشير إحصائيات يونسكو (١٩٩٣م) إلى أن مصر تأتي في مقدمة الدول العربية (المعلن عن وضع الكتاب فيها) وذلك من حيث عدد عناوين الكتب ، تليها الجزائر ثم المغرب فالإمارات وبعدها قطر ، وكذلك بالنسبة لعدد النسخ المطبوعة ، فإن مصر تأتي في المرتبة الأولى وبعدها الإمارات ثم المغرب .

ونذكر القارئ هنا أيضا ، بأن بعض الدول النامية في القارات الثلاث ، أفريقيا وآسيا وأمريكا الجنوبية ، كانت قد وصلت عام ١٩٨٠م إلى الحد الأدنى الذي اقترحته يونسكو لوسائل الإعلام عام ١٩٦١م وذلك بالنسبة لبعض هذه الوسائل على الأقل . إلا أن توزيع وسائل الإعلام في دول هذه القارات الثلاث يستحق الدراسة . فالأرقام التي تقدمها إحصائيات

---

(١) للاستزادة ارجع إلى الطبعة الأولى من كتابنا : **مدخل في علم الاجتماع الإعلامي** . مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥م .

يونسكو تشير إلى أن أمريكا الجنوبية أكثر تقدما في مجال وسائل الإعلام من القارتين أفريقيا وآسيا . ونحن نتساءل هنا عما إذا كان تقدم أمريكا اللاتينية عن قارة أفريقيا وقارة آسيا في هذا المجال يرجع إلى موقع أمريكا الجنوبية الجغرافي بالقرب من الولايات المتحدة الأمريكية المتقدمة إعلاميا الذي نحن بصدد دراسته هنا ، أم أن تقدم أمريكا اللاتينية إعلاميا يرجع إلى أن الإحصائيات في هذه القارة أكثر دقة ، أو أقل دقة ! ، منها في أفريقيا وآسيا ؟ أو أنه توجد ربما أسباب أخرى نجهلها قد تكون خلف هذا التوزيع غير المتكافئ لوسائل الإعلام بين القارات النامية الثلاثة ؟ ونترك للقارئ فرصة البحث عن هذه الأسباب الأخرى إن وجدت .

بل وتشير الإحصائيات أيضا إلى أن توزيع أجهزة الاستقبال التليفزيوني يتصف بعدم العدالة على مستوى القارة الأمريكية نفسها ، حيث يتركز أكبر عدد من أجهزة الاستقبال التليفزيوني في الولايات المتحدة بالمقارنة بعدد الأجهزة في كل من كندا وأمريكا الوسطى وأمريكا الجنوبية .

كذلك يلاحظ عدم وجود عدالة أيضا بالنسبة لتوزيع وسائل الإعلام داخل الدولة الواحدة خصوصا في الدول النامية ، حيث إن نسبة المكانين في السينما لكل ١٠٠ نسمة تتركز في المدن ، كما أن تحديد خمسة أجهزة راديو لكل ١٠٠ نسمة لا يشير إلى أننا يمكن أن نصل بها إلى كافة المواطنين حيث إنها تتركز بصفة خاصة هي أيضا في العواصم والمدن الكبرى ، وذلك يفقدنا أحد الوسائل المهمة جدا ، من وجهة نظرنا ، والتي يمكنها أن تساعد في عمليات التنمية في هذه الدول ، كما يشير هذا من بعيد إلى عدم التوازن وعدم العدالة في توزيع وسائل الإعلام داخل الدولة الواحدة ، أيا كان نوع هذه الوسيلة أو تلك ؛ فمن الطريف أننا لاحظنا يوم ١٢ مارس ونحن في عام ٢٠٠١م وجود إعلان مرفق بجريدة الأهرام مع الإشارة إلى أن هذا الإعلان يوزع على المقيمين في القاهرة وحدهم !!

ما سبق يشير إلى أنه بالرغم من وجود تحسن في وضع وسائل الإعلام بوجه عام بالنسبة للدول النامية ، وإن كان تحسنا طفيفا ، إلا أن هذا يقابله تحسن كبير في وضع وسائل الإعلام في الدول المتقدمة ، وهذا معناه أن الفجوة – من وجهة نظرنا على الأقل – تزداد اتساعا في مجال الإعلام بين العالمين ، المتقدم والنامي ، كما هو الحال بالنسبة لمجالات أخرى ، على المستوى الاقتصادي والمستوى الصناعي والمستوى التقني ... ، خصوصا لو أخذنا في الاعتبار الحاسب الآلي والإنترنت وأجهزة الهاتف المحمول وغير ذلك من وسائل تستحدث باستمرار وتلهث الدول النامية خلفها . ولكن هل يمكن للدول النامية اللحاق بالدول المتقدمة المصدر الرئيسي لهذه التقنيات والأم الشرعي المنتج لها ؟؟!!

وبالنسبة لوسائل الإعلام دائما ، فإنه قد لوحظ من الإحصائيات التي تقدمها يونسكو عدم توازن بين الوسائل وبعضها ، حيث توجد بالفعل زيادة في أجهزة الإعلام الإليكترونية (راديو وتليفزيون) بالنسبة للدول الأفريقية ، إلا أن هذه الزيادة في الوسائل المسموعة والمرئية لا نجدها مثلا بالنسبة لوسائل الإعلام المطبوعة في هذه الدول ؛ فقد انخفض عدد الصحف في الدول الإفريقية ، كما انخفض أيضا عدد النسخ التي يتم توزيعها ، بالرغم من

الزيادة المطردة في عدد السكان . ويعزو بعض المهتمين هذا التدهور بخصوص الوسائل المطبوعة في القارة الأفريقية إلى نقص في الورق الخاص بالطباعة (١)، ويشيرون إلى أن ذلك يعوق التنمية في هذه البلاد (٢). ونتوقف قليلا عند هذا الرأي لكي نؤكد على أن ارتفاع نسبة الأمية في الدول النامية بصفة عامة يحد من دور الكلمة المطبوعة في مجالات التنمية ، ولذلك لا ينبغي أن نقلق كثيرا بسبب هذا النقص الملموس في الوسائل المطبوعة ، وعلينا أن نستعين في مجالات التنمية في دول العالم الثالث بالوسائل الإليكترونية المسموعة والمرئية وخصوصا الراديو والتليفزيون ، وأي وسيلة أخرى متوافرة من وسائل البث والإعلام والاتصال (سينما وملصقات وصحافة مطبوعة) ؛ ولكن المهم هنا هو أن نعرف كيف نستخدم هذه الوسيلة أو تلك لكي نصل إلى الاستفادة من طاقاتها إلى أكبر درجة ، وخصوصا عند الحديث عن الاتصال المباشر الشخصي المواجهي (Face to face) الذي لابد من أن يتلازم والاتصال عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية ، بل وقد يغنينا أحيانا عن هذه الوسائل الجماهيرية وذلك بالنسبة لحملات التوعية في الدول النامية والتي ترتفع فيها نسبة الأمية .

ثانيا : العوامل التي قد تؤثر في حيازة جهاز تليفزيون

حاول كثيرون الربط بين حيازة جهاز تليفزيون وبين عدة عوامل من أهمها : مستوى دخل الأسرة ، والمستوى الثقافي لرب الأسرة ، ومركز رب الأسرة الاجتماعي ، بل وديانته (٣).

وفي دراستنا هذه ، يمكننا أن نجمع في فئتين العوامل التي تؤثر في حيازة جهاز للتليفزيون وهما :

أ ــ عوامل جغرافية .

ب ــ عوامل اجتماعية .

(أ) العوامل الجغرافية

١ ــ موقع الدولة في النصف الشمالي أو الجنوبي للكرة الأرضية

تشير الإحصائيات إلى وفرة ملحوظة في عدد أجهزة التليفزيون في دول النصف الشمالي من الكرة الأرضية ، وهي في معظمها ، إن لم تكن كلها ، دول متقدمة صناعيا .

أما دول العالم النامي ، والذي يطلق عليها اسم دول الجنوب ، أو دول النصف الجنوبي من الكرة الأرضية ، فإنها ظلت لسنوات تعاني من نقص في عدد أجهزة التليفزيون ، مثلما تعاني من نقص في أي وسيلة أو أجهزة تكنولوجية أو إليكترونية أخرى ، وإن اختلفت نسبة هذا النقص من دولة لأخرى .

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلينا في : استهلاك ورق الطباعة في عدة دول .

(٢) Robert ESCARPIT . – L'écrit et la communication . PUF , Paris 1973 .

(٣) للاستزادة ، ارجع إلى : "البروتستانت ، هل هم أكثر تحفظا في تعاملهم مع التليفزيون ؟ في كتابنا : **علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية** . دار الفكر العربي ، ١٩٨٧م .

هذا العامل الجغرافي ، يمكن أن يكون له مغزى اجتماعي يتعلق بانتماء الدولة إلى نصف الكرة الشمالي (والذي يضم كما ذكرنا دولا صناعية ، أو إلى نصف الكرة الجنوبي ، أو بأسلوب آخر ، انتماء هذه الدولة أو تلك إلى دول العالم المتقدم أو إلى دول العالم النامي ، بل شاهدنا قبلا أنه بالنسبة لبعض الوسائل الإليكترونية تختلف نسبة انتشارها جغرافيا بالنسبة للقارة الواحدة ، حيث أشرنا مثلا إلى أنه بالنسبة للإنترنت تقل نسبة استخدامه في الدول المطلة على البحر المتوسط في جنوب قارة أوربا عنه بالنسبة لبقية دول القارة .

ولنا في الأرقام التي تقدمها الإحصائيات خير دليل على هذا التوزيع غير المتكافئ لأجهزة التليفزيون بين نصف الكرة الأرضية الشمالي ونصفها الجنوبي ، كما يشير هذا العامل ضمنا إلى موقع الدولة في إحدى القارات دون غيرها ، وقد سبق وتحدثنا عن أجهزة التليفزيون التي تتركز في قارات دون أخرى ، حيث تنتشر في أمريكا الشمالية أكثر من انتشارها في أمريكا الجنوبية ، وفي أوربا أكثر منها في أفريقيا ...

٢ ـ القرب أو البعد من المدن الكبرى

والعامل الجغرافي الثاني الذي يمكن أن يلفت انتباهنا ، والذي له أيضا معنى اجتماعي ، فإنه يرجع إلى بعد المكان أو قربه من المناطق الحضرية التي يتركز فيها الإعلام بوجه عام . فالملاحظ مثلا ، أن أجهزة التليفزيون تتركز في المناطق الحضرية ، وخاصة في العواصم والمدن الكبرى ، بالقرب من المحطات الرئيسية للإرسال ، ويتساوى التليفزيون في هذه الخاصية في الدول المتقدمة وفي الدول النامية . وقد يرجع السبب في ذلك إلى أنه في المدن الكبرى ، والتي هي في الغالب قريبة من المحطات الرئيسية للبث أو لمحطات التقوية ، وتكون ظروف استقبال الإرسال التليفزيوني ومستوى ونوعية الاستقبال من أكثر من محطة ، أفضل منه بالنسبة للمناطق النائية والبعيدة عن محطات الإرسال لخصائص في طبيعة انتشار موجات التليفزيون [١] . لذلك لاحظ مثلا "ليو بوجار" عام ١٩٦٠م أن في إحدى المدن الأمريكية التي يبلغ تعداد سكانها حوالي ربع مليون نسمة ، وصلت كثافة أجهزة التليفزيون فيها إلى أربعة أجهزة لكل خمس أسر ، وهي نسبة تفوق المتوسط القومي هناك في العام نفسه [٢].

وقد لاحظ أحد الباحثين الفرنسيين ، والذي قام بدراسة ميدانية على إحدى المناطق السكنية في ضواحي مدينة تور بفرنسا ، أن حيازة جهاز تليفزيون في المنطقة المدروسة وصلت إلى ٧٥ % في العينة المفحوصة بفارق له دلالة إحصائية مع الأرقام الرسمية التي أعلنتها الأجهزة المسؤولة في فرنسا ، حيث لم تتجاوز الحيازة على مستوى الدولة نسبة ٥٩,٥ % بالنسبة لعام ١٩٧٢م الذي أجرى الباحث خلاله دراسته [٣]. هذا الفارق في نسبة الحيازة بين الإحصائيات الرسمية لفرنسا وبين ناتج هذا البحث الميداني (في دولة لا بد من الحصول على ترخيص بالنسبة لحيازة التليفزيون والذي يعني وجود إحصائيات رسمية) هذا

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى كتابنا : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، الطبعة الثانية ، ١٩٨٧م .

(٢) Leo BOGARD . – "The Growth of Television" P. 107-108 in : W. SCHRAMM . – Mass Communication . **OP. Cit .**

(٣) Jean-Pierre CORBEAU . – L'impact de certains canaux de communication de mass sur la vie quotidienne d'une population urbaine . **Thèse de 3e Cycle .** Université François Rabelais . Tours , UER des Sciences de l,homme , 1972 .

الاختلاف يرجع بالدرجة الأولى إلى أن الباحث قد اختار عينة "منحازة" من سكان إحدى المناطق السكنية فقط ، وهي بذلك لا تمثل المجتمع الفرنسي بصفة عامة . إلا أن الباحث قد أرجع هذا الاختلاف عند تحليله إلى أن وسائل الترويح الأخرى قليلة في المنطقة المدروسة ، والذي هو من وجهة نظرنا عامل من بين عوامل أخرى قد تكون السبب وراء هذا التباين في النتائج .

وشبيه بالنتيجة السابقة ، ما سبق أن ذكرناه في بحث سابق قمنا به عام ١٩٧٦ حيث وجدنا أن بالقاهرة والجيزة وحدهما ما يقرب من ٧٠ % من عدد أجهزة التليفزيون[(١)] ، إلا أن هذا الرقم يجب أن نأخذه بعين الحذر حاليا ، بعد أن انتشرت أجهزة التليفزيون لأسباب عديدة في القرية المصرية ، حيث نرى صعوبة كبيرة الآن في تحديد الرقم الفعلي لأعداد أجهزة التليفزيون في مصر بعد أن صدر قرار بإلغاء الرخص التي كانت مقررة على حيازة أجهزة التليفزيون في مصر حتى عام ١٩٧٣م .

ولكن ، ينبغي أن نشير هنا ، إلى أن التليفزيون ، مثله مثل أي وسيلة إعلامية أخرى ، يتقدم ويتطور وينتشر في المدن أكثر منه في القرى ، وخاصة في العاصمة حيث تتركز في الغالب القوى الثقافية والقوى السياسية والاقتصادية ... ، وكذلك في المدن الكبرى . ففي زيارة لنا قمنا بها لمدينة طنطا في يناير عام ١٩٨٤م ، وجدنا لدى إحدى الأسر خمسة أجهزة للتليفزيون ، ثلاثة منها بالألوان يتراوح حجمها من ١٦ إلى ٢٦ بوصة ، وموزعة على غرف المسكن ، حيث وضع أكبر جهاز منها (٢٦بوصة) في مدخل الشقة ومعه جهاز فيديو ، وجهاز أبيض واسود في غرفة الطعام المتصلة بالمدخل دون باب يفصل بينهما ، وبقية الأجهزة موزعة على غرف النوم . هذه الأسرة ، والتي تتكون من أب وأم في العقد الرابع ، وابن متزوج ويسكن بالقرب من الأسرة ، وثلاث بنات ، وابن آخر في المرحلة الإعدادية ، مشتركة في مكتبة فيديو بطنطا ، ويقول الأب إنه يستأجر حوالي ٧٠ فيلما شهريا ، فغالبا ما يستأجر فيلمين أو أكثر في اليوم ، ويستأجر الشريط بجنيه واحد ولأي مدة ، أسبوع أو أكثر ، لأنه صديق لصاحب مكتبة الفيديو . ومن بين الأفلام التي وجدناها في هذا المنزل في أثناء الزيارة ، أفلاما عربية وأخرى أجنبية ، ومن بينها الفيلم التليفزيوني "اليوم التالي" ، كما وجدنا أيضا فيلم "المشبوه" والذي قاموا بتسجيله من التليفزيون ، وفيلم "شاطئ الحظ" ، وفيلم "العسكري شعراوي"...

بعد هذه الملاحظة ، نعود إلى موضوعنا الرئيسي لنتكلم عن الدراسات التي تناولت موضوع انتشار وسائل الإعلام في المدن ، حيث يشير "هرفي بورج" **(Hervé BOURGES)** في واحد من كتبه ، والتي يتناول فيها موضوع تبعية وسائل الإعلام ، إلى أنه في المدن الكبرى يزيد اهتمام الطبقة السياسية والإدارية ورجال الأعمال ، وخاصة هؤلاء الذين درسوا في الغالب في جامعات أجنبية ، والذين يزيد اهتمامهم ببرامج التليفزيون والتي هي من مصادر أجنبية . ويأسف بورج ، ونؤيده في ذلك ، لأن هذا الاهتمام بالبرامج الأجنبية يكون على حساب الثقافة القومية ، مما يؤدي إلى ازدواجية في الثقافة داخل الوطن الواحد ، وهو يقصد هنا مجتمعات الدول النامية .

---

(١) "دلالة نشرات الأخبار ... " رسالة ماجستير بكلية الإعلام جامعة القاهرة ، منشورة بعنوان : **علاقة سكان القاهرة بنشرات أخبار التليفزيون** . الطباعي العربي ، القاهرة ، ١٩٨٦ .

ولكن ، ما أشار إليه بورج ، لا يزيد عن كونه فرضا يحتمل الصواب والخطأ ، ونطرحه أمام الباحثين الذين يهمهم موضوع التأثير الثقافي لوسائل الإعلام ، والذي لمسته إحدى الباحثات في قرية من قرى المنوفية التي انتشر فيها التليفزيون ، حيث وجدت أن اختيار أسماء المواليد في القرية المدروسة يغلب عليه في الفترة الأخيرة الجانب الفني ، فأصبحت البنت تسمى منى أو هويدا أو نجلاء...، وأصبح الولد يسمى هاني ... ، بعد أن سادت في فترة سابقة أسماء مثل سعدية أو خديجة أو أحمد ، وهذا الفرض الجديد بالدراسة فعلا حاولنا التأكد من صحته في دراستين عند دراسة رسوم الأطفال ، إحداهما خاصة بالطفل المصري ، والأخرى خاصة بالطفل السعودي[1].

(ب) العوامل التي قد تفسر الانتشار المحدود للتليفزيون في المناطق الريفية في مصر

يمكننا أن نقسم العوامل التي حدّت من انتشار التليفزيون حتى وقت قريب في الريف المصري إلى ثلاث مجموعات ، إحداها تتعلق بالوسيلة نفسها وأخرى تتعلق بالفرد ، وثالثة تخص بعض الجوانب السسيولوجية .

١ ــ العوامل التي تتعلق بجهاز التليفزيون

تتعدد العوامل التي تتعلق بجهاز التليفزيون والتي قد تؤثر على عدم انتشار هذه الوسيلة في القرى المصرية بالقدر نفسه الذي ينتشر فيه التليفزيون في المدن [2] ومن هذه العوامل ما يلي :

ــ عدم وجود الكهرباء أصلا في بعض قرى الريف المصري .

ــ عدم وصول البث التليفزيوني إلى بعض المناطق النائية .

ــ تستقبل أجهزة التليفزيون في القرى غالبا عددا محدودا من البرامج ، وذلك على قناة واحدة فقط كما هو الحال بالنسبة لبعض القرى في مصر .

ــ البرامج المستقبلة في الريف قد تكون غير واضحة وعوامل التشويش والشوشرة تلعب دورا مهما في عدم دقة استقبال الرسالة خصوصا مع عدم ثبات التيار الكهربائي وانقطاعه أحيانا كثيرة .

ــ لأن برامج التليفزيون ، والتي يعدها "ذوو الياقات البيضاء" تتحدث وتهتم في الغالب باحتياجات سكان المدن عن اهتمامات رجل القرية والعامل . لذلك ساد لفترة طويلة عزوف الفلاح في مصر ، كما في غيرها من الدول ، عن امتلاك هذا الجهاز .

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى كتابينا :

ــ رسوم الأطفال من منظور إعلامي : دراسة تحليلية اجتماعية نفسية فنية . دار الفكر العربي ، ١٩٩٤م .

ــ رسوم الطفل بين المحلية والعالمية . دار المسافر ، جدة ١٩٩٧م .

(٢) وهي ظاهرة عامة في مصر كما في غيرها من الدول الأخرى . انظر على سبيل المثال :

- Gloria D. FILICIANO . – "Communication and Development in Southeast Asia: 1964-1974" in : W. SCHRAMM & D. LERNER (Ed.) . – **Communication and Change : The Last Ten Years and the Next.** The University Press of Hawaii , USA , 1976 .
- Sean MacBRIDE . – **Voix multiples , un seul monde :** Communication et société aujourd'hui et demain . Rapport Collectif . Documentation Française , Nouvelles Editions Africaines . UNESCO , France ,1980 .

٢ ـ العوامل التي تتعلق بالفرد

بخصوص العوامل التي تتعلق بالفرد والتي تحد من انتشار التليفزيون في الريف المصري ، فهي عوامل نفسية وسسيولوجية بالدرجة الأولى وتتعلق بالفرد نفسه . هذه العوامل التي تعوق حيازة جهاز تليفزيون بالنسبة للفلاح التقليدي أهمها :

ـ أن الفلاح يعرف أن هذا الجهاز ببرامجه من صنع سكان المدينة ومن أجلهم .

ـ يقف دخل الفلاح حائلا دون التفكير في شراء هذا الجهاز .

ـ يغادر الفلاح منزله فجرا ومعه في الغالب أسرته ولا يعود للمنزل إلا في المساء ، حيث لا يتبقى لديه سوى الوقت اللازم للأكل والراحة لكي يتسنى له القيام مبكرا لاستئناف نشاطه في اليوم التالي .

ـ مشاهدة برامج التليفزيون في القرية المصرية تتم في أسلوب جماعي ، وهذا يعني أن الفلاح ليس مجبرا على شراء هذا الجهاز لمشاهدة برامجه ، فهو يستطيع مشاهدتها في القرية سواء في دكان أحد التجار بها أو في نادي القرية أو حتى لدى أحد أقاربه أو جيرانه أو معارفه .

ـ الفلاح المصري لا يؤمن بالتليفزيون . فهو من وجهة نظره ليس سوى تخيلات ، مثله مثل السينما ، "حكايات غير حقيقية" ، كما تقول إحدى المبحوثات في دراسة سابقة لنا . والفلاح في القرية المصرية لا يحب هذه الحكايات التي تخرج غالبا عن الواقع وخاصة إذا كانت تتعلق بعالم آخر ، لا يخصه ولا يعنيه ، عالم أهل المدن ...

ونذكر القارئ هنا ، بأن نتائج البحوث التي أجريت على حيازة جهاز الراديو ، تشير إلى أن الفلاح في القرية المصرية ، كما هو الحال بالنسبة لرجل المدينة ، يقبل على شراء جهاز الراديو لكي يسمع القرآن ، ولكي يسمع نشرات الأخبار . بل لاحظنا أيضا أن مفتاح تشغيل الراديو لا يدار لدى بعض الأسر سوى في مواعيد ثابتة ، ومعروفة جيدا لدى المستمع ، وهي مواقيت إذاعة نشرة الأخبار والقرآن الكريم . أما الأغاني والمسلسلات الإذاعية في الراديو ، فإن بعض المستمعين في مصر لا يهتمون بها حتى الآن ، إلا أن هذا لا ينفي أن بعض المستمعين يقبل على هذا النوع من البرامج .

والملاحظ أيضا أن حيازة جهاز التليفزيون قد ساعدت في تحديد وظيفة جهاز الراديو لدى بعض الأسر التي أصبحت تتعامل مع جهاز الراديو بصورة مختلفة عن تعاملها معه قبل وجود التليفزيون . أصبح الراديو مخصصا بالدرجة الأولى للاستماع للنشرات الإخبارية وللقرآن إلى القرآن الكريم ، وللبرامج الموجهة بالنسبة لبعض فئات من المغتربين في الخارج . بل هناك بعض الأسر التي أصبحت لا تتعرض لجهاز الراديو إلا في أثناء تنقلاتها في السيارة ، أو للاستعانة به في تشغيل شريط مسجل يريدون الاستماع إليه ، إلا أن هذا الاستخدام قد اصبح نادرا في القاهرة على الأقل بالنسبة لهواة الموسيقى والأغاني التي أصبحت متوفرة من خلال البرنامج الموسيقي والإذاعة المتخصصة .

ونتوقف عند هذا الحد لكي نؤكد على أن هذه النقاط التي أثرناها مازالت تحتاج إلى دراسات ، أي أننا نطرحها هنا على أنها فروض لدراسات مقبلة للتحقق من صحتها أو من عدم صحتها .

مما سبق ، يستطيع القارئ أن يستنبط مفهومنا للدور الوظيفي لوسائل الإعلام ولذي سنتكلم عنه بشيء من التفصيل فيما بعد ، والذي يقوم على محورين أساسيين هما :

١ ـ الأسباب الرئيسية التي من أجلها يسارع الفرد لحيازة وسيلة أو أخرى ، أو بأسلوب آخر ، الأسباب التي تختفي وراء اختيار التعرض للوسيلة .

٢ ـ ماذا يفعل الفرد بهذه الوسيلة أو تلك ، أو بأسلوب آخر ، كيفية تعامل الفرد مع الوسيلة الإعلامية .

وإذا كنا قد ذكرنا سابقا أن الفرد قد يشتري جهاز الراديو للاستماع للقرآن الكريم ، أو إلى النشرات الإخبارية (بسبب ظروف خاصة تمر بها الدولة مثلا ...) ، فإننا نشير هنا إلى أن جميع الدراسات التي أجريت على حيازة التليفزيون في مصر أو في الخارج ، قد أثبتت أن الفرد يشتري التليفزيون لمشاهدة المسلسلات ، ولشغل أوقات الفراغ ، وحتى لا يذهب إلى دور السينما أو المسرح ... ، إلا أن هذا لا يمنع من أن بعض حائزي التليفزيون قد يذكرون النشرات الإخبارية والبرامج التعليمية والمواد الثقافية والبرامج الدينية على أنها برامج يفضلون متابعتها ويشاهدونها فعلا على الشاشة الصغيرة بنسبة أكبر من مشاهدتهم للمواد الدرامية أو غيرها من البرامج الترويحية التي تستقطب نسبة كبيرة من مشاهدي التليفزيون .

٣ ـ العوامل السسيولوجية التي قد تؤثر في حيازة جهاز استقبال تليفزيوني

عندما تكلمنا عن العوامل الجغرافية التي تحد من انتشار التليفزيون ، أشرنا إلى أن ملكية جهاز تليفزيون في القرية المصرية ، كما في غيرها من بعض المناطق الريفية في دول أخرى ، يتوقف على عدة عوامل منها : توافر الكهرباء لتشغيل الجهاز ، ووضوح الصورة المستقبلة .

وتكلمنا فيما سبق أيضا عن موقف الفلاح المصري تجاه الراديو بوصفه وسيلة تلبي احتياجاته في الاستمتاع بالإنصات إلى آيات الذكر الحكيم تتلى ، وأشرنا أيضا إلى أن الفلاح ، وحتى وقت قريب ، كان يرفض الراديو بوصفه وسيلة لنشر الأغنية أو لإذاعة التمثيليات والمسلسلات والأفلام أحيانا ... ، وقد يرجع ذلك إلى أسباب سيولوجية مشابهة لتلك الأسباب التي قد تؤثر في حيازة ، أو في دور ، وسيلة أخرى مثل التليفزيون ، وأهم هذه الأسباب عامل الدين .

١ ـ الدين بوصفه عاملا من العوامل التي قد يكون لها تأثير على حيازة جهاز تليفزيون

قد يعطي بعض الاجتماعيين أهمية كبيرة لعامل الدين الذي ينسبون إليه السبب في عدم انتشار التليفزيون ، سواء في ذلك بالنسبة للمناطق الريفية أو بالنسبة للمناطق الحضرية ، فإن الدين الذي ننظر إليه على أنه عامل ثقافي وظاهرة اجتماعية ، قد قام وما زال يقوم بدور كبير بالنسبة للتعامل مع التليفزيون الذي هو أيضا ظاهرة اجتماعية .

ففي عام ١٩٦٠م ، وجد الباحث ليو بوجار أن هناك ثمة علاقة بين الدين وحيازة التليفزيون . فمن خلال دراسته لعينة قوامها ٣٥٥٩ مفردة ، وجد بوجار أن حيازة التليفزيون تقل نسبتها بين الأفراد الذين يدينون بالمذهب البروتستانتي أكثر من هؤلاء الذين يدينون

بالمذهب الكاثوليكي أو بالدين اليهودي ، وذلك بالنسبة لجميع أفراد العينة ، دون أي فرق يذكر بين مختلف الطبقات الاجتماعية ... ، إلا أنه وجد أن درجة الاختلاف تزداد حدة بين أفراد الطبقات العليا ... ؛ فقد وجد مثلا أن من بين أفراد العينة الذين ينتمون إلى الطبقة الاجتماعية "العليا" ، وحيث يقوم الأب بدور قيادي في جماعته ، تصل نسبة حيازة التليفزيون بالنسبة لليهود إلى ٨٢ % ، بينما لم تصل نسبة الحيازة بين البروتستانت ذوي المكانة في العينة نفسها إلا إلى ٣٤ % فقط [١] .

وقد أرجع الباحث هذا الاختلاف في الحيازة بين البروتستانت وبين غيرهم إلى أن هذا المسيحي البروتستانتي يرفض التليفزيون . ونحن نعترف هنا بأن معلوماتنا عن هذا المذهب لا تسمح لنا بالإشارة إلى النص الديني الذي استند إليه بوجار عند تحليله لهذه النتيجة ، ومدى الاختلاف في ذلك بين المذهب البروتستانتي والمذهب الكاثوليكي مثلا . إلا أنه من الجدير بالذكر هنا ، أن هذا الباحث قد أشار في دراسته إلى أن اختلاف نسبة حيازة التليفزيون بين الأفراد تبعا للدين الذي يدين به رب الأسرة في سبيله إلى التلاشي .

وفي دراسة ميدانية قمنا بها عام ١٩٨٥/٨٤م ، ذكرت ثلاث حالات من الأطفال في العينة المدروسة إنها تدين بالمذهب البروتستانتي وأن التليفزيون لم يدخل منزلهم لأن دينهم يمنعهم من مشاهدة التليفزيون [٢] ، وظهرت حالات مشابهة في بحث آخر ، وهذا جعلنا نركز على هذا الموضوع في دراسة سريعة (Action Research) على عينة محدودة من الأخوة البروتستانت ، ونشرنا نتائجها التي تدعم النتيجة التي توصل إليها بوجار في ملحق بعنوان في صيغة تساؤل : هل البروتستانت أكثر تحفظا في تعاملهم مع جهاز التليفزيون ؟ وذلك في واحد من كتبنا [٣] .

ولكن ، لما كانت دراسة بوجار قد أجريت عام ١٩٦٠م أي بعد سنوات قلائل من بداية التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية ، والدراستان اللتان قمنا نحن بهما كانتا بين عام ١٩٨٤م وعام ١٩٨٧م ، يجب علينا أن نشير هنا إلى أن هذه المعطيات والنتائج التي أشارت إليها هذه الدراسات قد تكون مختلفة تماما في الوقت الحالي ، بعد أن استقر التليفزيون بوصفه ظاهرة اجتماعية عامة بين كافة الفئات في جميع البلاد ، وهو فرض نطرحه بذاته أمام الباحثين للدراسة المتعمقة .

وعند صياغة هذا الفرض ، لم ننطلق من فراغ ، بل استندنا إلى ما أشار إليه بوجار نفسه من أن هذه الظاهرة في سبيلها إلى الاختفاء ، وإلى نتائج دراسة أخرى أجريت في نيو هافن عام ١٩٥٢م ، أي قبل سنوات من دراسة بوجار ، ووُجد في العينة المدروسة في نيو هافن أن نسبة حيازة التليفزيون بين كل المفردات تقل عن نسبة الحيازة في فئة الكاثوليك . وقد ظهر الاختلاف أيضا في تلك الدراسة بصورة واضحة تبعا للسلم الاجتماعي للأسر المدروسة وخاصة لدى البروتستانت ؛ فبينما تشير نتائج تلك الدراسة إلى أن نسبة الحيازة في العينة المدروسة تصل إلى ٨٢ % بالنسبة للأسر اليهودية ، وإلى ٥٠ % فقط بالنسبة

(١) Leo BOGARD . – "The Growth of Television" . Art. Cit.

(٢) الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي . مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ، ١٩٨٥م .

(٣) للاستزادة ، ارجع إلى : علاقة الطفل بالوسائل المطبوعة والإليكترونية . دار الفكر العربي ، ١٩٨٧م .

للبروتستانت ، وكانت نسبة الحيازة لدى الأسر الفقيرة المدروسة ٨١ % بالنسبة للكاثوليك ، و٦٣ % لدى اليهود ، و٦١ % لدى البروتستانت . فهل كلما انتمى الفرد ، أو الأسرة ، إلى طبقة اجتماعية أعلى رفض حيازة جهاز تليفزيون ؟ بالفعل ، هذا ما لمسناه شخصيا لدى بعض الأسر المثقفة في فرنسا . وقد يرجع هذا الرفض بالنسبة للمنتمين إلى هذه الطبقة العليا في تلك المجتمعات إلى وجود وسائل أخرى للثقافة ، ووسائل أخرى أكثر إشباعا لحاجاتهم ولقضاء وقت الفراغ بوسيلة ارتضوها لأنفسهم طوال فترة من الزمن قبل ظهور التليفزيون ، الذي يطلق بعض المهتمين بالجانب الاجتماعي بالنسبة لتأثيره الثقافي أنها "ثقافة الفقراء" ، هي من وجهة نظرهم ثقافة "الفسيفساء" (Mosaïque) .

هذه النتيجة التي توصلنا نحن إليها في مصر ، والتي تؤكد نتائج أبحاث ودراسات في مجتمعات أخرى ، في زمن مضى عليه سنوات ، يجعلنا نتساءل : هل ما زال هذا الفرض قائما حتى الآن بالنسبة لهذه المجتمعات التي تمت دراستها ؟ وهل هو عام بالنسبة لكافة المجتمعات ؟

نذكر القارئ هنا بأنه بالنسبة للعينة المدروسة في نيو هافن ، خمسة في المائة فقط من البروتستانت ممن ينتمون إلى طبقة اجتماعية راقية لديهم التليفزيون ، بينما تصل النسبة إلى ٦١ % لدى البروتستانت الذين ينتمون إلى طبقة متواضعة . فإذا استرجعنا بقية الأرقام خرجنا بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي[١] :

جدول رقم "٤"

العلاقة بين حيازة جهاز تليفزيون وبين الدين والمستوى الاجتماعي في مجتمع نيو هافن (عام ١٩٥٢م)

الدين	الحيازة %	
	لدى الأسر الفقيرة	لدى الأسر الغنية
بروتستانت	٦١	٥
كاثوليك	٨١	٨٢
يهود	٦٣	٧٨

من معطيات الجدول السابق هناك فرض آخر يمكن طرحه في شكل وفي صيغة تساؤل أيضا عما إذا كان البروتستانت أكثر تحفظا وأكثر رفضا للتليفزيون ، ولكل جديد ، وللأفكار المستحدثة ... ، هذا إذا شئنا التعميم ، وإذا كان تحفظهم هذا أكثر حدة منه لدى إخوانهم الكاثوليك و الأورثوذكس ولدى اليهود والمسلمين أيضا ...[٢] .

---

(١) F. O. ISFAHANI . – La television et la famille à Isfahan . Thèse de 3e Cycle . Université de Paris V , 1977 .

(٢) إلى جانب الدراسة التي أجراها "ماكس فيبر" ، نحيل القارئ أيضا إلى :

- M. GUERNIER . – Tiers-Monde . Op. Cit.
- J. E. GOLTHORPE . – The Sociology of the Third World : Disparity and Involvement . Cambridge University Press. London , 1975 .
- Wiliam WILDER . – "L'Islam , Other Factors and Malay Dakwardness : Comments on an Argument " P. 267-272 , in : Modern Asian Studies , II , No. 2 , 1968 .

وسوف نترك هذا التساؤل لكي يكون نقطة انطلاق لبحوث مستقبلة ، خاصة بعد أن أظهرت الدراستان اللتان قمنا بهما في مصر هذا التحفظ تجاه التليفزيون من قبل إخواننا البروتستانت في مصر .

وبعد أن تكلمنا عن موقف كل من اليهود والمسيحيين (كاثوليك وبروتستانت بوجه خاص) إزاء التليفزيون من خلال عرض نتائج دراسات أجريت في المجتمع الأمريكي ، بل والمصري أيضا . فماذا يمكن أن نقول فيما يتعلق بموقف المسلمين من التليفزيون ؟ هذا إذا كان هناك ما يمكن أن نطلق عليه اسم موقف بطبيعة الحال .

للإجابة عن هذا السؤال ، نفتح أولا قوسين لكي نذكر للقارئ تعليقا لأحد النقاد في مناقشة بعد عرض الفيلم المصري "باب الحديد" (إنتاج عام ١٩٥٧م) على شاشة القناة الثالثة للتليفزيون الفرنسي (FR3) يوم الخميس الموافق ٢٤ يونيه عام ١٩٨٢م في برنامج السهرة عن السينما العالمية "Cinéma sans visa" ، حيث قال : "إن امرأة المحطة (التي جسدتها هند رسم) متسلطة ... ، بينما المرأة البرجوازية في الفيلم امرأة محافظة ..." ، والمشاعر والأحاسيس نفسها وصلتنا بعد ذلك في رسالة من أحد الزملاء ، فرنسي/ألماني ، من جامعة "جرونوبل" بفرنسا بعد مشاهدته للفيلم . وهنا يقوم فرض نطرحه ليس فقط فيما يتعلق بالمرأة في مصر ، بل فيما يتعلق بالرجل أيضا وفي كل المجتمعات .

من هذا التعليق ، يمكن أن نستنبط أحد الفروض ، القابلة للنقاش ، والتي ترتبط بشكل ما بنتائج البحوث التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية ، من أنه كلما انتمى الفرد إلى طبقة اجتماعية أعلى كان أكثر تحفظا ، مثلما شاهدنا لدى البروتستانت في مجتمع نيو هافن . فهل ينطبق ذلك على الصور التي تعكسها وسائل الإعلام ؟ وبأسلوب آخر ، هل تعكس وسائل الإعلام حقيقة المجتمع ... ؟ ميدان آخر للبحث نتركه مفتوحا لمن يهتم بالجانب الاجتماعي لوسائل الإعلام ، نتركه ونغلق هنا القوسين لكي نستكمل حديثنا عن المسلمين والتليفزيون ، أو حيازتهم للتليفزيون إذا أردنا الدقة في التعبير .

في حدود معلوماتنا ، ليست هناك دراسات أخرى في مصر تناولت العلاقة بين الدين وحيازة جهاز للتليفزيون ، لا في مصر وحدها ، بل وفي غيرها من الدول العربية والإسلامية الأخرى . إلا أننا نشاهد حربا ضارية تشنها الصحافة المصرية ويحمل لواءها شخصيات تدين بالدين الإسلامي ، ضد التليفزيون ، أو بتعبير أدق ، ضد بعض برامج التليفزيون الترويحية ، مثل الدراما أو الغناء أو الرقص ... ، وخاصة أننا نرى أن علماء الدين الإسلامي لا يمتنعون عن الظهور على الشاشة الصغيرة في برامج كثيرة ومتنوعة . ومع المسلسل التليفزيوني "أوان الورد" الذي عرض في شهر رمضان الماضي ، انضم رجال من الدين المسيحي لعلماء مسلمين في موقف معاد لبعض ما تضمنه هذا المسلسل من أحداث وأفعال وأقوال أغضبت الفئتين ، كلا حسب وجهة نظره ...

- Brien K. PARKINSON . – "The Economic Retardation of Malays a rejoindre"
. **P. 267-272 , in: Modern Asian Studies ,**

وفي عام ١٩٨٤م ، أي بعد حوالي ربع قرن من دخول التليفزيون مصر ، كنا قد فوجئنا بطالبة في الفرقة الأولى بكلية الإعلام تسألنا عن التليفزيون ، وهل هو حلال أم حرام ... ، ولن نذكر هنا رأيها الذي يمكن أن يستشفه القارئ بسهولة من محتوى السؤال ، أما رأينا الخاص بهذا الموضوع ، فسوف نعرضه صراحة عندما نتحدث عن الدور الوظيفي لوسائل الإعلام ، حيث نلتقي في الرأي مع رأي المغفور له بإذن الله ، فضيلة الشيخ محمد متولي الشعراوي عندما سئل السؤال نفسه ، فكان رده بما معناه أن "التليفزيون بوصفه جهازا مثله مثل السكين بوصفها أداة ... وأن المهم هنا هو في كيفية استخدام كل منهما" . بل التليفزيون أيضا مثله مثل القلم ، قد يكتب ما يشقي ويتعس الفرد ، بل قد يقتل أحيانا وترتكب به بعض الكبائر ، وهو نفسه ما نخط به كلمات الله Ψ ، وأوامره ، ونواهيه . كذلك مثل التليفزيون مثل النار التي قد تستخدم في الحرق والقتل ، وتستخدم أيضا في تجهيز الطعام ، وفي الإنارة ، وللتدفئة ...

وإذا كانت هناك بعض أصوات من المسلمين تشكو من أن القيم في برامج التليفزيون الأجنبية تتعارض وقيمنا العربية الإسلامية ، وأن الأفكار المستوردة التي قد تختلف وتقاليدنا الاجتماعية وقواعد الدين تشكل خطورة على أطفالنا وشبابنا بل وعلى الكبار أيضا ، فإن هذه الأصوات لم تطالب حتى الآن بإلغاء التليفزيون ، بالرغم من أنه في الولايات المتحدة الأمريكية من ينادي بإلغائه ويقدم حججا تعزز رأيه ، كذلك رأينا أحد المسؤولين في ألمانيا الغربية (قبل انضمام ألمانيا الشرقية إليها) يطالب بوقف البث التليفزيوني لمدة يومين أسبوعيا ... ، ولم نسمع لا في مصر ولا في غيرها من الدول العربية أو الإسلامية بتشكيل جماعات خصيصا لمعاداة التليفزيون كما هو الحال في دول غربية كثيرة ، بل في بعض الدول الغربية رأينا الكنيسة تهتم فيها بتنبيه جمهورها بنوعية البرامج التي تبث على شاشات التليفزيون والتي يفضل تجنبها ... ، بينما كل ما تطالب به الأصوات الإسلامية في مصر حتى الآن ، هو أن يحسن التليفزيون اختيار الموضوعات ، وأن تكون لدى المسؤولين عنه القدرة على رفض ما يتعارض والقيم في المجتمع .

وتطالب هذه الأصوات أيضا باستخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام ، بدلا من هذا الخليط النشاز وغير المتجانس من اللهجات التي قد لا يفهم غالبية الجمهور المستهدف بعضها . ونشير بهذه المناسبة إلى حادث دق ناقوس الخطر محذرا من البرامج التي تبث باللهجات المحلية في إنجلترا وذكره "مارشال ماكلوهان" في واحد من كتبه ؛ فقد نشرت الصحف خبرا "ساخنا" يتعلق بالتليفزيون كان ماكلوهان يتوقع حدوثه وهو " أذاع التليفزيون البريطاني فيلما باللغة الإنجليزية مع ترجمة مقروءة أسفل الصورة ، لأنهم استخدموا في الفيلم بعض المصطلحات والكلمات الدارجة ، واستعانوا في الفيلم ببعض اللهجات المحلية"(١).

(١) M. McLUHAN . – **Pour comprendre les media** : Les prolongements techniques de l'homme . (Traduit de l'anglais par Jean PARE, 1968. Tours : Mame , Paris :Seuil , Copyright 1964. Titre original : **Understanding Media** . Mc Graw Hill , New York , Book Company .

ويؤكد ماكلوهان هنا ، على أن التليفـزيون قد سـاعد في تدعيم وتعـزيز اللهجات (وهو فرض نطرحه لباحث جاد) كما يرى ماكلوهان أن ظهور اللهجات المحلية فجأة ، فـي مناطق لم يكن يستخدم فيها سوى الإنجليزية الرفيعة ، حادثا ثقافيا له دلالة ، كمـا يقـول إن اللهجات المحلية أصـبح من الممكن سماعها في قاعات الدراسة في جـامعتي أوكسـفورد و كمبريدج ، وهما من أعرق الجامعات البريطانية ، ولم يعد طلبة هاتين الجـامعتين يحـاولون الاحتفاظ باللكنة الخاصة الموحدة التي كانت تميز طلبة كل جامعة منهما . ويقول ماكلوهان ، إن التليفزيون قد ساعد في ظهور اللهجات المحلية وانتشارها ، وإنها أصبحت أقوى من هـذه اللغة الإنجليزية المصطنعة في كلتا الجامعتين والتي سادت فيهما حوالي قرنا من الزمان . بل ومن الظواهر التي نسبت إلى تأثير التليفزيون في إنجلترا وتحتاج إلى دراسات متخصصـة ، نشير هنا إلى الاتهامات التي يوجهها الإنجليز المحافظون إلـى التليفزيـون وخاصـة إلـى المسلسلات الأمريكية ، والتي يقال إن تأثيرها بدأ يظهر على لغة الحديث الراقي في المجتمع البريطاني[1] ، والاتهامات التي صبها على التليفزيون الكاتب الصحفي فاروق جويدة في شكل تساؤلات[2] ، والتي تتردد كثيرا في مصر وفي دول غيرها ، وما يتعلل به بعض الشباب من الطلبة الذين وقعوا في شراك المخدرات[3].

وتأثير وسائل الإعلام على اللغة ليس مقصورا فقط علـى مـا يـذاع بـالتليفزيون والراديو . فعندما اشتهر فريق "الخنافس" في إنجلترا بدأت لثتهم تظهر في حـديث العامـة . كذلك انتشرت في مصر أيضا بعض كلمات وجمل يرددها بعض ممثلي السينما والمسـرح ، مثل "همبكة" و "يا أمم" التي اشتهر بها توفيق الدقن ، و"ياللا باي" لمعـالي زايـد ... ، كمـا انتشرت في الخطاب الإعلامي والسياسي في مصر مفردات مثل "أخلاق القريـة و "العيـب" والتي روجتها وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة في فترة من فترات تاريخنا السياسي .

وقد ظهرت موجة لإحياء اللهجات أو اللغات الإقليمية في فرنسا ، بل واهتمت بعض المدارس هناك بتدريس هذه اللهجـات ، وظهرت الكتب الخاصة بها ... ، إلا أن ذلك قـد أثار حفيظة بعض الفرنسيين الغيورين على وحدة الأمة ومن بينهم مؤلف الكتاب الذي يحمـل عنوان "فرنسا مجزأة" (La France en miettes) والذي يحذر فيه من خطورة هذه الظـاهرة ، ونشير هنا إلى أن جامعة "السوربون" في فرنسا تدرس في مدرجاتها اللهجات العربية ومنهـا اللهجة المصري .

وتأثير وسائل الإعلام يظهر في مجالات أخرى غير اللغة والحديث ، فهناك دراسـة قامت بها الزميلة سامية الساعاتي يمكن أن نتوصل من خلالها إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر في اختيار اسم للمولود ، والذي كشفنا عنه في دراستين إحداهما عن أسماء الأطفال فـي مصر[4]، والأخرى عن أسماء الأطفال في المملكة العربية السعودية كما ذكرنا من قبل[5].

---

(١) **Y. BATICLE . – Message , media , communication : de Lascaux à l'ordinateur . Magnard Université . Paris , 1973 .**

(٢) انظر الملحق رقم "٢" : "بعد ربع قرن : ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري ؟

(٣) انظر الملحق رقم "٣" : "المخدرات والسباب ووسائل الإعلام" .

(٤) رسوم الأطفال من منظور إعلامي . مرجع سابق .

(٥) رسوم الطفل بين المحلية والعالمية . مرجع سابق .

أما على مستوى المحاكاة ، فقد انتشرت في فترة من الفترات تسريحة شعر فرح ديبا ، ثم ديانا ، و"بلوفر" الأمير تشارل ، وملابس ولي عهد إنجلترا ، كذلك كانت قد انتشرت في فترة سابقة تقليد الفتيات لخطوات "مارلين مونرو" ، وتشذيب الشارب على طريقة "كلارك جيبل" ، وحلق شعر الرأس تماما تقليدا للمثل "يول برينر" .

ويشير التيار المحافظ في مصر إلى احتمال أن تكون هناك علاقة سببية بين العنف الذي تعرضه الشاشة الصغيرة والعنف في الشارع المصري ، سرقة ، واغتصاب ... وذلك منذ فترة طويلة . ولذلك ، يعارض هذا التيار بشدة بعض البرامج التي يمكن أن تثير المشاهدين وخاصة النشء . لذلك نراهم يطالبون بعدم بث المشاهد التي تتضمن عنفا أو إثارة ... ، وقد عشنا ذلك مع إعلانين عن فيلمين ، ولكننا لم نسمعهم يطالبون بإعدام التليفزيون أو عدم بيعه كما حدث في دول غربية . ويمكن أن نربط بخصوص هذا الموضوع أيضا بين اغتيال الرئيس السادات وبين ما نادى به خلفه الرئيس مبارك من خلال الصحافة من ضرورة تقليل مشاهد العنف والإثارة من على شاشة التليفزيون . ويطالب الاتجاه الإسلامي المحافظ أيضا بضرورة أن يعكس مضمون برامج التليفزيون أماني وأفكار المسؤولين في دولة عربية إسلامية تنتمي إلى العالم النامي .

ومن خلال ما يكتب في الصحافة المصرية ، نستطيع أن نلمس أن الرأي العام المصري يُدين التليفزيون لتجاهله العالم العربي والعالم الإسلامي في برامجه ، وقد أثبتت دراسات قمنا بها صحة هذا الفرض .

انطلاقا من المعطيات السابقة ، يمكن لنا الآن أن نصوغ أحد الفروض التي يجب دراستها معمليا للتحقق من صحتها أو عدم صحتها ، والذي يربط هنا بين الدين والحيازة : الدين الإسلامي ، أو بأسلوب أدق ، المسلمون في مصر لا يرفضون ولا يعادون التليفزيون أكثر من أقباط مصر ، كل ما في الأمر ، أنهم يرفضون بعض البرامج التي قد تتنافى وقيم الدين الإسلامي . أي أن حيازة جهاز تليفزيون في دولة مثل مصر لا تتأثر بعامل الدين مثلما قد تتأثر بعامل سسيولوجي آخر هو الدخل .

٢ — الدخل بوصفه عاملا من العوامل التي قد يكون لها تأثير على حيازة جهاز تليفزيون

يربط ولبور شرام بين دخل الفرد وشراء جريدة يومية . ويعطي شرام لذلك مثلا العامل في ولاية كاليفورنيا الذي يستطيع شراء خمسين نسخة من أربعين صفحة بما يكسبه هذا العامل من عمله خلال ساعة ، بينما العامل في أندونيسيا مثلا لا يستطيع أن يشتري بما يكسبه في ساعة سوى سبع نسخ فقط من جريدة لا تتعدى أربع صفحات[1].

أما بالنسبة للتليفزيون ، فقد لمسنا شخصيا ومن نتائج عديد من الدراسات مدى الفارق الكبير بين ما هو قائم في الدول الصناعية المتقدمة وبين الواقع في الدول النامية . فإذا كنا قد تغاضينا عن الفارق التكنولوجي الذي قد يكون له هو أيضا أثره في سوء توزيع أجهزة

---

(١) W. SCHRAMM . – Mass Media . Op. Cit.

التليفزيون بين العالمين ، العالم المتقدم والعالم النامي ، وإذا نظرنا فقط إلى دخل الفرد بوصفه قوة شرائية أو على أنه عامل له تأثيره على حيازة جهاز تليفزيوني ، يمكننا أن نلاحظ مثلا أن الحد الأدنى لأجر العامل في فرنسا ، وهو أقل دخل للفرد العادي في حالة البطالة ، يكفي لشراء جهازين للتليفزيون (أبيض واسود) من الحجم المتوسط .

أما بالنسبة لمصر ، ولن نتكلم هنا عن الحد الأدنى للأجور الذي نعرفه جميعا ، بل نذكر فقط كمثال "متحيز" المرتب الأساسي لخريج الجامعة ، فإن هذا الخريج يحتاج لمرتب عدة شهور عند شرائه جهاز تليفزيون . وقد يكون ارتفاع سعر الجهاز بالنسبة للدخل سببا في تأخر انتشار التليفزيون في الدول النامية حيث الدخل محدود جدا وجهاز التليفزيون مرتفع الثمن . لذلك تشكل حيازة التليفزيون في الدول النامية بصفة عامة عبئا حقيقيا نلمسه بالنسبة لبعض الدخول في مصر . وهذا يؤدي بنا إلى التأكيد على أن التليفزيون قد انتشر في مصر أول ما انتشر بين أفراد الطبقة القادرة ماديا .

وفي الدول المتقدمة ، حيث يرتفع دخل الفرد ، لا تشكل حيازة جهاز التليفزيون أي مشكلة مادية ، ولنأخذ هنا بلجيكا على سبيل المثال ، حيث لاحظ "توفيرون" (THOVERON) خلال دراسة له أن هذا الجهاز لم ينتشر في العينة التي قام بدراستها بين الأسر ذات الدخول المرتفعة ، ولكنه انتشر لدى الأسر المتوسطة[1].

وفي فرنسا ، حصل "كوربو" (CORBEAU) على النتائج نفسها التي حصل عليها توفيرون عندما وجد أن نسبة حيازة التليفزيون ترتفع لدى الأسر المتوسطة (فنيون وموظفون ...) . أما الأسر الفقيرة في عينة كوربو ، فقد وجد الباحث أنها لا تمتلك جهاز التليفزيون "لعدم توفر القدرة المالية اللازمة لشرائه" كما يقول الباحث[2].

وهنا يمكن أن نطرح فرضا جديرا بالدراسة فحواه أنه إذا ما توافر المال لدى الأسر الفقيرة التي ليس لديها تليفزيون فإنها قد تفضل شراء شيء آخر ، أو جهاز آخر ، أكثر أهمية من وجهة نظرها من التليفزيون .

ونستند في الفرض السابق على دراسة كان قد قام بها مجموعة من الباحثين ، وكان من بين نتائجها أن ٦٨% من الأفراد الذين يترددون على نوادي مشاهدة التليفزيون يتمنون أن يكون لديهم جهاز تليفزيون في المنزل ، إلا أنه ليس الجهاز الذي يودون الحصول عليه فورا ، علما بأن توفيرون قد وجد (خلال دراسته التي قام بها عام ١٩٦٦م في بلجيكا) ، أن التليفزيون ينتشر بصورة أسرع من باقي الأجهزة الأخرى ، وأن نسبة انتشاره قد فاقت انتشار الأجهزة الكهربائية الحديثة لدى العينة المدروسة .

---

(١) Gabriel THOVERON . – **Radio et Télévision dans la vie quotidienne** . Centre d'études des techniques de diffusion collective : Editions de l'Institut de Sociologie . Université Libre de Bruxelles , 1971 .

(٢) CORBEAU . – L'impact ... , **Op. Cit.**

وفي عينة "دومازيدييه" (DUMAZEDIER) وزملائه والتي سبق الإشارة إليها ، احتل التليفزيون في ميزانية الأسرة البند الكلاسيكي (الفئة المفتوحة) مصروفات أخرى . وتشمل هذه الفئة النثريات والمصروفات الخاصة بالترويح وقضاء وقت الفراغ ، والمعروف أن هذا البند يخضع لقانون سنه الاقتصاديون منذ فترة طويلة مفاده أن هذا البند في ميزانية الأسرة لا يُطرق إلا بعد استكمال البنود الأساسية ، مأكل ، وملبس ، ومسكن ، وعلاج [1].

٣ ــ عوامل أخرى قد تؤثر في حيازة جهاز تليفزيون

إذا كانت البحوث التي ذكرنا بعض نتائجها تشير إلى أن حيازة التليفزيون تقل بين الطبقات الدنيا لأنها تفتقر إلى المال اللازم لشرائه ، فإننا قد لاحظنا أيضا في عينة كوربو أن حيازة جهاز التليفزيون تقل لدى الطبقات الغنية [2] ، وقد يرجع ذلك إلى مقاومة هذه الفئة الغنية لوجود التليفزيون في المنزل ... ، لأن مستواهم الثقافي (المرتفع في الغالب) قد يرى في التليفزيون ثقافة جماهيرية سطحية لا تتلاءم ومستواهم "الرفيع" . أو قد يفسر هذا الموقف بأن هؤلاء المثقفين يخشون أن يؤثر التليفزيون على المستوى الثقافي والدراسي لأبنائهم .

أما "كنزبورج" (KINGSBURG) [3] ، فإنه يُرجع مقاومة المثقفين للتليفزيون إلى المناخ الثقافي للأسرة والذي يغلب عليه طابع الحوار والمناقشة ، والذي تسود فيه قراءة الكتب والصحف ذات المستوى الرفيع...، وهذا قد يعني أن هذه الفئة في المجتمع لا تريد أن تغير أسلوبها الذي تعودت عليه سنوات في تمضية وقت الفراغ ، في المسرح ، والقراءة ، وتبادل الزيارات ، والذهاب إلى النادي ...[4] .

باختصار ، يمكننا أن نقول إن "الأغنياء" لديهم وسائلهم الخاصة بهم للثقافة وللإعلام ولقضاء وقت الفراغ ، ولا يودون التنازل عنها بسهولة من أجل التليفزيون . فهم يعتقدون أن الثقافة"الشعبية" التي يعرضها التليفزيون لا تتلاءم مع مستواهم ، وأن وجود التليفزيون في المنزل سوف يؤثر على ثقافتهم ، وسوف يغير من عاداتهم ... ، والذي يؤكد ذلك أننا قد لاحظنا من خلال بحوث عديدة في دول مختلفة أن هناك قاعدة عامة تحكم التعرض للتليفزيون ، هي أنه كلما زاد المستوى الثقافي للفرد قلت فترة مشاهدته للتليفزيون . بل إن الفرد قد يرفض فكرة اقتناء هذا الجهاز كما لمسنا ذلك بأنفسنا في فرنسا عام ١٩٨٤م بعد عشرات من عمر التليفزيون هناك ، وقد يكونون على صواب في تفكيرهم ؛ فقد لاحظنا من تجربتنا الشخصية أنه مع اختفاء التليفزيون من المنزل لسبب أو لآخر ، يزيد الإقبال على قراءة الكتب وعلى الوسائل الأخرى ، أجهزة التسجيل والاسطوانات والتردد على المكتبات ...

وبالرغم من كل ما سبق ذكره ، فلا يمكن إنكار أن الأغنياء كانوا أول من اشترى جهاز التليفزيون في فرنسا . ففي بداية الخمسينيات ، كان التليفزيون ما يزال من الكماليات ، ولم يكن موجودا سوى لدى بعض ذوي الجاه من الأثرياء الذين كان في استطاعتهم أن يدفعوا

---

(١) THOVERON . – Op. Cit.

(٢) CORBEAU . – Op. Cit.

(٣) KINGSBURG . – Op. Cit.

(٤) Idem .

١٠٠٠٠ فرنك في ذلك التاريخ (وهو عُشر الفرنك الفرنسي الحالي قبل توحيد العملة) مقابل ساعات قليلة فقط من البرامج . ففي عام ١٩٤٧م كان التليفزيون الفرنسي يبث برامجه خلال ١٢ ساعة فقط في أيام العمل الأسبوعية ، ولا شئ إطلاقا يومي السبت والأحد [١] .

إلا أن احتكار الأغنياء للتليفزيون لم يدم طويلا مثل احتكارهم لأشياء أخرى كثيرة (السيارات مثلا ...) . وقد لاحظ الباحث توفيرون أن اقتناء جهاز التليفزيون في بلجيكا لم يأخذ الطريق المعتاد بالنسبة لمعظم الأجهزة والمعدات الأخرى : من الأغنياء أولا إلى الفقراء مرورا بالطبقة الوسطى ، بل ظهر في عينته المدروسة أن التليفزيون قد انتشر بين كافة المستويات الاجتماعية بصورة غير مألوفة بالنسبة لباقي الأجهزة الكهربائية الأخرى ؛ فقد انتشر التليفزيون بصورة أسرع لدى العمال أولا ، ثم الطبقة البورجوازية ، تليها طبقة الفلاحين . وقد يرجع تأخر الفلاحين في حيازة جهاز التليفزيون إلى أسباب تتعلق أكثر بالإرسال التليفزيوني والتي سبق الحديث عنها بالتفصيل . ولقد أثبتت البحوث في بلجيكا بشكل قاطع أن التليفزيون قد انتشر هناك بين الطبقات الشعبية أكثر من غيرها من الطبقات . ولذلك يسود الاعتقاد لدى بعض الباحثين في بلجيكا بوجه خاص ، أن العمال يشكلون أكبر فئة في جمهور التليفزيون . ، والجدول التالي يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ومشاهدة التليفزيون في فرنسا [٢].

جدول رقم "٥"

المستوى التعليمي ومشاهدة التليفزيون في فرنسا

المستوى التعليمي	المشاهدة				المجموع %
	مرة كل يومين %	مرة أو مرتين أسبوعيا %	مشاهدة نادرة %	لا مشاهدة إطلاقا %	
بدون شهادات	٧٨,٨	٨,٢	٤,٦	٨,٤	١٠٠
الابتدائية	٧٨,٩	١١,٣	٤,٣	٥,٥	١٠٠
الإعدادية وما في مستواها	٦٦,١	٢٠,٢	٧,١	٦,٦	١٠٠
الثانوية ودراسات عليا	٦٠,٦	١٨,٨	١٣,٥	٧,١	١٠٠

تأصيلا على ما سبق ، يمكن القول بأن الدخل المتواضع ليس السبب الوحيد الذي يختفي وراء عدم شراء التليفزيون . فمن خلال الدراسة التي أجريت على عينة من "شارلوروا" (Charleroi) في بلجيكا ، خرج الباحث بالنتائج التي يعرضها الجدول التالي [٣].

(١) Nadine TOUSSAINT , in : Francis BALLE & Jean G. PADIOLEAU . – **Sociologie de l'information** :Textes fondamentaux . Larousse Université , Coll. Sciences Humaines et Sociales . Paris ,1973 .

(٢) Anne-Marie LAULAN . – **Cinéma et public** . Retz , CEPL . Paris , 1978 .

(٣) THOVERON . – **Op. Cit.**

جدول رقم "٦"

أسباب عدم شراء التليفزيون في بلجيكا

الترتيب	الأسباب	نسبة ترديدها %
١	أسباب اقتصادية بالدرجة الأولى	٢٨,١
٢	عدم الاهتمام أساسا بالتليفزيون	١٦,٣
٣	وجود أطفال بالمنزل	١٥,١
٤	كبر السن	٩,١
٥	رفض التليفزيون لأنه عادة يمكن أن يصبح الفرد أسيرا لها	٦,٤
٦	عدم الرغبة في تغيير مواعيد النوم والاستيقاظ	٢,٧
٧	هبوط مستوى البرامج	١,٦
٨	انتظار التليفزيون الملون	١,٦

من الجدول السابق يتضح لنا أن العامل الاقتصادي يشكل أكبر الأسباب وراء عدم شراء التليفزيون في العينة المدروسة في بلجيكا حيث تردد ذلك بنسبة ٢٨،١ % ، أما بقية الأسباب فإنه يمكن تصنيفها في فئتين :

١ ــ أسباب تتعلق بالتليفزيون بوصفه جهازا وبالبرامج التي يمكن ألا تثير رغبة لدى الفرد لاقتناء هذا الجهاز ، وهي بالترتيب الأسباب رقم ٢ و ٤ و ٧ و ٨ في الجدول السابق وهي تشكل مجتمعة نسبة ٢٨,٥ % ، وكم كان سيصبح مفيدا لو عرفنا مثلا إذا كان هؤلاء الأفراد قد بنوا أحكامهم واتخذوا هذا الموقف بعد مشاهدة التليفزيون وبرامجه فعلا لقياس مدى صدق هذه الإجابات .

٢ ــ أما الفئة الأخرى ، فهي تضم الأسباب التي تهمنا أكثر في موضوع الاجتماع الإعلامي ، وهي الأسباب التي تحمل الأرقام ٣ و ٥ و٦ في الجدول السابق ، وهي تشكل نسبة ٢٤,٢ % ، أي ما يعادل ٣٠ % من الأسباب المطروحة ، وهذه الأسباب هي التي تتعلق بالتأثير المتوقع للتليفزيون .

ومن بيانات الجدول السابق إذن ، يتضح لنا أنه بالإضافة إلى الأسباب الاقتصادية التي تشكل ١.٢٨ % من أسباب عدم شراء التليفزيون (٣٢ % بالنسبة لعينة من "بوريناج" Borinage في بلجيكا) ، هناك نسبة ٣٠ % لعوامل تتعلق بخوف المبحوثين من الشاشة الصغيرة على النحو التالي :

ــ يوجد أطفال في المنزل ، وكأن التليفزيون سوف يفترسهم أو سوف يفسدهم .

ــ رفض الخضوع لعادة يصبح المشاهد بسببها أسيرا لها (وقد ترددت بنسبة ٦,٤ % من بين ٢٤,٢ %) . وهذا السبب ليس جديدا علينا نحن المهتمين بموضوعات ترتبط بعلم الاجتماع ، فالخوف موجود من كل جديد ، فقد شاهدنا أيضا بعض الأفراد يرفضون فكرة الإنجاب ، أي أننا يمكن أن نتكلم هنا عن رفض التغيير ، مقاومة كل ما من شأنه أن يؤثر في نمط الحياة العادية . هذه المقاومة ، وهذا الرفض ، نلمسه واضحا في الجدول السابق في الفئة رقم "٦" والخاصة بعدم الرغبة في النوم أو الاستيقاظ في ساعة متأخرة ، أي رفض تغيير رتابة الحياة بعاداتها

التي ألفها الفرد . وقد يكون من الضروري هنا أن نشير إلى أن دخول التليفزيون المنزل قد تغير نمط الحياة فيها ، من ناحية مواعيد النوم وبالتالي مواعيد الاستيقاظ ، وكذلك مواعيد تناول الوجبات الرئيسية ، والحوار بين أفراد الأسرة ...

وهناك من يذهب إلى تفسير هذا الموقف المعادي للتليفزيون ، والذي سوف نراه في مبحث قادم بانسبة للإنترنت في فرنسا ، فيفسرونه بأن هؤلاء الأفراد يتصورون أن التليفزيون سيحطم حياتهم ويفسد أبناءهم ، ويعتبرونه شيطانا رجيما(٤) ، وأنه عندما يحتل التليفزيون مكانه في المنزل سيصبح السيد المسيطر ، ويصبح الجميع عبيدا له . وقد لمسنا ذلك في إجابات عينة شارلروا ، وظهر ذلك أيضا في دراسة أجريت على عينة أخرى اختيرت من بوريناج ، حيث ذكر ١٨% من بين هؤلاء الذين لم يقتنوا التليفزيون أنهم لا يرغبون في شراء هذا الجهاز . وقد برروا عدم رغبتهم في حيازة التليفزيون بأن هذا الجهاز سوف يؤثر على تأدية أبنائهم لواجباتهم المدرسية في المنزل . وقد ذكر خمسة % من هذه العينة أن وجود التليفزيون في المنزل سوف يؤدي إلى عدم انتظامهم في تأدية عملهم بقيامهم من النوم في ساعة متأخرة ، وينظر هؤلاء إلى مشاهدة التليفزيون على أنها "عملية شاقة ومتعبة"(٥).

وتظهر هذه الجماعات المعادية للتليفزيون التي شاهدناها في فرنسا وبلجيكا في دول أخرى ، ولكن قد يكون بصور مختلفة .

ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلا ، نشر الباحث "جيري ماندر" **(J. MANDER)** كتابا ضمنه أربعة أسباب من أجلها يجب إلغاء التليفزيون (٦).

وفي ألمانيا الاتحادية (قبل انضمام ألمانيا الشرقية معها) ، صدرت الصحف في أكتوبر عام ١٩٧٩م تحمل العناوين الخاصة بتشكيل ناد خاص لأعداء التليفزيون والذي كان قد تأسس عام ١٩٧٨م(٧). ولقد ذكر "بول هولر" **(Paul HOLLER)** مؤسس هذا النادي أن الخلافات في بيته قبل "وأد" التليفزيون كانت مستمرة بسبب اختيار البرامج . ولحسم هذه المشكلة كان عليه أن يشتري ثلاثة أجهزة للتليفزيون لكي يرضي رغبات أفراد أسرته . ومن الجدير بالذكر هنا ، أن هذا النادي الخاص بأعداء التليفزيون ، وكما هو الحال بالنسبة لأي ناد آخر ، يقوم الأعضاء فيه بتسديد اشتراك سنوي ، وهو هنا يعادل قيمة الضريبة السنوية المفروضة على أجهزة الاستقبال التليفزيوني هناك .

---

(٤) Régis DEBRAY , cit. In :Patrick BOYER . – **Les journalistes sont-ils des assassins ?** . Hachette-Littérature . Paris , 1980 .

(٥) LISMONDE . – **Loisir Borinage** . Paraphrasé in : THOVERON . **Op. Cit.**

(٦) Jerry MANDER . – **Four Arguments for the Elimination of Television** . Morrow , New York , 1978 .

(٧) Presse Allemande du 16 octobre 1979

وهذه الصورة التي تمثل الرفض التام للتليفزيون ، تقابلها صورة الإدمان لمشـاهدة الشاشة الصغيرة ، هذا ويتصور كل من الفريقين ، أعداء التليفزيون (**Téléphobes**) وأصدقاء التليفزيون (**Téléphiles**) ، أن التليفزيون قادر على فعل كل شئ : الخبيث والطيب [٨].

وفي بحث آخر قامت به جامعة 'روتجرز' (**Rutgers**) بالاشتراك مع شبكة 'سـي بي إس' (**CBS**) في نيوجرسي بأمريكا ، وجد الباحثون أن أول من اقتنى التليفزيون في العينة المدروسة يدخلون في الفئة التي تضم الأغنيـاء مـن ذوي الأمـلاك والمهنيـين (٤٥%) ، والموظفين ، والعمال المتخصصين (٣٦%) ، والعمال غير المهرة وأنصاف المتخصصـين (١٩%) [٩].

وعلى عينة قوامها [illegible] الكبار في أمريكا ، أثبتت الدراسـة عـدم وجـود أي اختلاف بين الأفراد الذين لديهم تليفزيون وبين الآخرين ، سواء من حيث النشاط الاجتمـاعي الذي يقوم به كل منهم أو من حيث الدخل [١٠] ، هذا ولقد أثبتت دراسات عديدة عدم ارتبـاط ملكية التليفزيون بالمستوى الاجتماعي ، بل بالعكس ، وجدت "نيكول دلربيـل" [١١] أن نسـبة حيازة التليفزيون مرتفعة لدى أسر العمال بالمقارنة بالفئات الأخرى ، وقد سبق لنـا الإشـارة إلى هذه النتيجة .

وكما سبق لنا القول ، أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية أن هناك ارتباطا بين مركـز رب الأسرة الاجتماعي وبين شراء التليفزيون . وقد أشارت الدراسة نفسها أيضا إلى ارتبـاط بين الحيازة عندما تكون المرأة شابة ومتزوجة وتعمل بالخارج وعلى درجة من التعليم ، بينما في عينة دلربيل (كلما ارتفع المستوى التعليمي يقل وجود التليفزيون) .

كما ثبت من الدراسات الأمريكية أيضا أن الأسر التي لديها تليفزيـون تمتلـك فـي الغالب سيارة ، كما تمتلك المنزل الذي تقيم فيه . ولقد باحت هذه الدراسات أيضا بأن نسـبة حيازة البيض للتليفزيون في أمريكا أكثر من نسبة حيازة الزنوج لهذا الجهاز ، وذلك قد يرجع إلى أن الزنوج تسكن في الغالب مناطق ريفية ومواردهم للرزق محدودة .

وأثبتت الدراسات أيضا ، أن الأسر التي لديها تليفزيون يوجد فيها أطفال تحت سـن ١٨ سنة ، بل إن اقتناء جهاز تليفزيون يتم أحيانا تحت ضغط من هـؤلاء الصـغار . ولـم تختلف هذه النتائج عن نتائج دراسة أجريت على عينة في إيران ، حيـث أشـارت الدراسـة الإيرانية إلى أن شراء التليفزيون قد تم لدى ٤٤ % من العينة المدروسة في إيران تحت تأثير وضغط من الصغار تحت ١٨ سنة [١٢].

---

(٨) **Presse Actualité**, Février, 1973.

(٩) Leo BOGAD. - **Op. Cit.**

(١٠) **Idem**

(١١) Nicole DELRUELLE-VOSSWINKL. – "Télévision et famille en milieu urbain", in : **Etudes de radio-télévision**. R.T.B., No. 13. Bruxelles.

(١٢) Azar Mahouti MAHDAVI. – La télévision à Téhéran : Contribution à la sociologie du loisir. **Thèse de 3e Cycle**. Université de Paris VII, 1977.

هذا الحديث قد يدعونا للإشارة إلى نقطة مهمة من وجهة النظر السسيولوجية والخاصة باتخاذ قرار الشراء في المنزل وهو أحد العوامل التي يمكن أن نفهم على ضوئها نوعا من العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة أو كما يقول الفرنسيون "من صاحب الكلمة في البيت؟" [1] (**?Qui porte le pantalon**)

فكما أشرنا فيما سبق ، أثبتت الدراسات التي أجريت في أمريكا وفي إيران إلى أن الصغار تحت ١٨ سنة هي التي تتخذ في الغالب القرار الخاص بشراء جهاز التليفزيون في المنزل . وفي بلجيكا ، سألت "نيكول دلربيل الأطفال أقل من ١٤ سنة في الأسر التي ليس لديها تليفزيون عما إذا كانوا يرغبون في وجود تليفزيون في المنزل ، وكانت الردود بنسبة ٣٠,٧% بالإيجاب ، إلا أن هذه النسبة تصل إلى ٦٠,٢ % لدي الأطفال من ١٤ إلى ١٨ سنة . ويبدو أن الأطفال الذين يذهبون إلى المدارس هم الذين يمارسون الضغوط على الأسرة لشراء التليفزيون ، لكي لا يكونوا أقل من زملائهم في المدرسة ، هذا وكانت"هيملويت" وزملاؤها[2] قد توصلوا في بداية الستينيات في عينة مدروسة في إنجلترا إلى وجود فارق بين أطفال المرحلة الابتدائية ممن لديهم تليفزيون عن أقرانهم ممن ليس لديهم هذا الجهاز في المنزل وسوف نتناول هذا بشيء من التفصيل فيما بعد .

و بالرغم من أن الأرقام لا تشير إلى توزيع متكافئ بالنسبة للطبقات المختلفة ، فإننا نؤكد هنا على أن حيازة التليفزيون ليست دلالة أو رمزا على المكانة الاجتماعية ، فانتشار التليفزيون يتم أفقيا بين كافة المستويات كما أثبتت الباحثة البلجيكية دلربيل .

فعند مقارنة النتائج التي توصلت إليها نيكول دلربيل بنتائج بحوث أجريت في دول أخرى عديدة[3] ، نجد أنها نتيجة عامة في كافة المجتمعات . إذ إنه بالرغم من ارتفاع ثمن الجهاز نسبيا للفئة متوسطة الدخل في بعض الدول ، إلا أن انتشاره لم يكن حكرا على الطبقات الغنية ، التي استأثرت بعد ذلك ، و لفترة ، بالتليفزيون الملون ، ثم بجهاز الفيديو ، ثم بكاميرا الفيديو ، والتليفون السلكي ، والدش ، والتليفون الجوال (**Mobile**) ، وأخيرا الحاسب الآلي ثم الإنترنت ...

---

(١) حاولنا الكشف عن هذه العلاقات في دراسات عديدة لنا ، وخصوصا بالنسبة لحيازة الدش ، في مصر وفي دول عربية أخرى . انظر على سبيل المثال :

— **بث وافد على شاشات التليفزيون** .دار الفكر العربي ، ١٩٩٤م .

— **وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ** . دار حافظ . جدة ، ١٩٩٩م .

(٢) Hilda HIMMELWEIT & als. **Television and Child** . Oxford University . London and New York , 1958 .

(٣) Assadollah NOWROOZI . – "Mass media et développement national en Iran : Etude prospective" . **Thèse de doctorat d'Etat en Lettres et Science Humaines** . Université René Descartes . Sorbonn . Paris V , 1977 .

المبحث الرابع
دراسة فسيولوجية لوسائل الإعلام

في المبحث السابق ، ومن وجهة نظر إجتماعية/نفسية ، عرفنا أن الدور الوظيفي لوسائل الإعلام يقوم على محورين أساسيين وهما :

١- الأسباب التي من أجلها يقبل الفرد لحيازة وسيلة أو أخرى .

٢- ماذا يفعل الفرد فعلا بهذه الوسيلة أو تلك بعد دخولها حياته ، حيث قد يختلف الاستخدام الفعلي للوسيلة والأسباب التي كانت وراء حيازة الفرد لها ، وطرحنا بعض فروض لدراستها في بحوث مستقلة للتحقق من صحتها او من عدم صحتها .

وذكرنا فيما سبق أيضا ، أن وسائل الإعلام قد يكون لها وظائف غير مرغوب فيها أساسا ولم يقصدها القائم بالاتصال ، وضربنا لذلك مثلا الأحداث التي وقعت في الولايات المتحدة الأمريكية عقب بث فيلم "اليوم التالي" على شاشة إحدى الشبكات الأمريكية وبرنامج أذيع على موجات إذاعة صوت العرب في الستينيات (وسوف نتحدث عنهما في السطور التالية) ...

وفي هذا المبحث ، سوف نقدم عرضا سريعا لبعض الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام ، وبعض النظريات الخاصة بالتأثير ، **وأهم ما توصلنا إليه من نتائج في دراسات سابقة** بخصوص التأثير الذي نسب إلى التليفزيون والدش[٢]. **وفي الفصل التالي ، نعرض وجهة نظرنا**

---

[1] كلمة "دش" (Dish) الإنجليزية والتي تطلق على هذا الجهاز الذي يستخدم لالتقاط البث التليفزيوني الوافد عبر الأقمار الصناعية ، ويسمي الفرنسيون الدش "بارابول"(Paraboie) ودلالة هذه الكلمة الفرنسية أقوي من مجرد "صحن" ، حيث يترجم الزميل السوري أديب خضور كلمة دش بالمصطلح "الصحن اللاقط" ، كما شاعت تسميته بأنه "طبق لاقط" ، فضلنا في بحث سابق لمسنا فيه تأثيرا سلبيا للبرامج الوافدة أن نستخدم كلمة "قصعة" لأن دلالة الكلمتين = = صحن وطبق ، دلالة إيجابية لاستخدام الكلمتين في وضع الطعام ، بينما القصعة تستخدم لدى عامل البناء في وضع الأسمنت ، ولكنها مستخدمة في القرية لوضع روث البهائم ، مشيرة بذلك إلى وجود برامج سيئة نرفضها وأخرى مقبولة وأخرى يمكن تقبلها بل والانتفاع بها. ونحن نتحدث هنا عن تأثير التليفزيون ونقصد برامجه ، كذلك عندما نتحدث عن الدش فنحن نتحدث عن البرامج الوافدة التي تأتي عبره ولا نقصد التأثير الذي يهم الأطباء ويعرف ذلك قارئنا ، أو ما يقصده المهندسون عند تحديد مواقع المحطات الأرضية للحفاظ على خط رؤية مستقيم بين الدش والقمر الصناعي الذي يخدمه ، سواء وضع الدش على سطح منزل أو في شرفته ، أو في محطة أرضية عملاقة لابد أن تكون بعيدة عن العمران بمسافة تسمح تسمح بتوفير خط الرؤية المستقيم للهوائيات التي قد نحتاجها مستقبلا مع هذا الاستخدام المتزايد للأقمار الصناعية في مجالات متنوعة ، والأهم من ذلك ، هو الحفاظ على البيئة من التلوث الإشعاعي =

بالنسبة للدور الوظيفي الحالي لوسائل الإعلام بالنسبة للمشاهد ، ونركز فيه على وظيفة (أو وظائف) التليفزيون بوجه خاص لأسباب لا تخفى عن فطنة القارئ .

أما الإنترنت ، هذه الوسيلة الإليكترونية الحديثة نسبيا ، وبوصفه وسيلة فردية/جماعية وتفاعلية تنافس بخصائصها ، وبشدة وسائل أخرى سبقتها وأرسخ منها في القدم لخصائص تتميز بها هذه التقنية الحديثة ، فسوف نخصص له مبحثا مستقلا في الفصل التالي نعرض فيه أهم النتائج التي تم التوصل إليها فيما يتعلق بالإنترنت ، مع نظرة استشرافية لمستقبل هذه الوسيلة الحديثة .

أولا – الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام

عندما نتحدث عن تأثير التليفزيون ، فإننا نقصد تأثير برامج التليفزيون أو برنامج معين ، وخاصة إذا وضعنا نصب أعيننا أن "الوسيلة هي الرسالة" كما يقول "مارشال ماكلوهان"[١] ، وهذا يعني أننا لن نتناول تأثير مشاهدة التليفزيون على المستوى الصحي ، أو الاحتياطات الواجب مراعاتها عند الجلوس أمام الشاشة الصغيرة ... ، ولن نتناول أيضا بالمناقشة نتائج الدراسات التي أشارت إلى وجود علاقة بين مواعيد وعادات تناول الوجباتوخصوصا وجبة المساء ونوعية الطعام من جانب ، وبين مشاهدة التليفزيون من جانب آخر ، وبين الوقت الذي يقضيه الفرد في مشاهدة التليفزيون وطريقة الجلوس أمام الشاشة من جانب ، وبين السمنة والعمود الفقري وآلام الظهر والإبصار ..

= الذي نعرف خطورته على الإنسان . فهل من مستمع لذلك ؟ وكيف يسمح المسؤولون عن امتداد العمران حتى أصبح ملاصقا للمحطة الأرضية الوجودة في المعادي ؟

[2] كلمة "دش" (Dish) الإنجليزية والتي تطلق على هذا الجهاز الذي يستخدم لالتقاط البث التليفزيوني الوافد عبر الأقمار الصناعية ، ويسمي الفرنسيون الدش "بارابول"(Parabole) ودلالة هذه الكلمة الفرنسية أقوى من مجرد "صحن" ، حيث يترجم الزميل السوري أديب خضور كلمة دش بالمصطلح "الصحن اللاقط" ، كما شاعت تسميته بأنه "طبق لاقط" ، فضلنا في بحث سابق لمسنا فيه تأثيرا سلبيا للبرامج الوافدة أن تستخدم كلمة "قصعة" لأن دلالة الكلمتين ، صحن وطبق ، دلالة إيجابية لاستخدام الكلمتين في وضع الطعام ، بينما القصعة تستخدم لدى عامل البناء في وضع الأسمنت ، ولكنها مستخدمة في القرية لوضع روث البهائم ، مشيرة بذلك إلى وجود برامج سيئة نرفضها وأخرى مقبولة وأخرى يمكن استساغتها . ونحن نتحدث هنا عن تأثير التليفزيون ونقصد برامجه ، كذلك عندما نتحدث عن الدش فنحن نتحدث عن البرامج الوافدة التي تأتي عبره ولا نقصد التأثير الذي يهم الأطباء ويعرف ذلك قارئنا ، أو ما يقصده المهندسون عند تحديد مواقع المحطات الأرضية للحفاظ على خط رؤية مستقيم بين الدش والقمر الصناعي الذي يخدمه ، سواء وضع الدش على سطح منزل أو في شرفته ، أو في محطة أرضية عملاقة لابد أن تكون بعيدة عن العمران بمسافة تسمح بتوفير خط الرؤية المستقيم للهوائيات التي قد نحتاجها مستقبلا مع هذا الاستخدام المتزايد للأقمار الصناعية في مجالات متنوعة ، والأهم من ذلك ، هو الحفاظ على البيئة من التلوث الإشعاعي الذي نعرف خطورته على الإنسان . فهل من مستمع لذلك ؟ وكيف يسمح المسؤولون عن امتداد العمران حتى أصبح ملاصقا للمحطة الأرضية الوجدة في المعادي ؟

[١] Marshal McLUHAN .- Pour comprendre les media. **Op. Cit.**

(أ) الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا[٢]

ساد الاعتقاد لفترة ما ، أن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا مثله مثل حقنة التخدير ، مثله مثل الرصاصة ، وأن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر على الرأي العام ، وسمعنا عن سياسة "القطيع" ، ومصطلح قادة الرأي ، وحارس البوابة...، وما شابه ذلك من مسميات دلالتها تشير – ولو من بعيد وبشكل غير مباشر– إلى وجود ثمة تأثير لوسائل الإعلام .

ومن البرامج التي ساعد التحليل السطحي لنجاحها في المرحلة الأولى لدراسات التأثير على تأكيد الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا على جماهيرها ، البرنامج الذي قدمته الفنانة الأمريكية "كات سميث"(Kate SMITH) في أعقاب الحرب العالمية الثانية . ولكن الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيرا يرجع إلى تأثير البرنامج الإذاعي المشهور "غزو من المريخ والذي قدمه "اورسون ويلز" عام ١٩٣٨م ، وتسبب في إثارة الذعر والفزع لدى "بعض" المستمعين في أمريكا ، والذين أخذوا البرنامج على أنه إذاعة مباشرة لحدث يقع فعلا . ونحيل القارئ المهتم بهذا الموضوع إلى الدراسة التحليلية لهذا البرنامج والتي قام بها "كانتريل"عام ١٩٤٠م [١] لمعرفة الجوانب النفسية والسسيولوجية التي يجب أن نفهم في إطارها تأثير هذا البرنامج .

ومما يذكر هنا ، أن إذاعة صوت العرب قد قدمت في الخامس من شهر فبراير عام ١٩٦٢م برنامجا يدخل في إطار "الخيال العلمي" على نمط البرنامج الإذاعي "غزو من المريخ" . وقد أثار برنامج صوت العرب الذعر هو ايضا في نفوس بعض المستمعين ، فقد اندفع بعضهم إلى الشارع يطلبون النجاة ، وأغمي على بعضهم ، بل وصل الأمر إلى درجة أن أحد الأفراد (موظف بالمعاش) قد أقام دعوى في اليوم التالي لإذاعة البرنامج يطالب صوت العرب فيها بتعويض قدره ٢٠ ألف جنيه لوفاة زوجته بالسكتة القلبية إثر سماعها لهذا البرنامج .

أذيع هذا البرنامج على موجات صوت العرب في الساعة العاشرة ليلا ، حيث فاجأ مقدم البرنامج المستمعين بأنه سيذيع أنباء مهمة ، ثم ذكر أن كوكب "المشتري" اصطدم بكوكب "الزهرة" وأن نصيب بلادنا من التدمير سيحل بعد ساعة...، وذكر المذيع أيضا أن نهاية العالم ستكون يوم الإثنين صباحه أو مساءه مما وضع "الشائعة" موضع التصديق لدى بعض المستمعين للبرنامج ، وانتشرت الشائعة من الذين استمعوا للبرنامج إلى آخرين ، حتى وصلت إلى شرطة النجدة .

وفكرة البرنامج ربما كانت للسخرية ممن يتنبؤون بموعد يوم القيامة ، وما أكثرهم[٢] (بالرغم من أن "علمها عند ربي" كما نعرف في ثقافتنا الإسلامية ، ولا نعرف إلا علامات تنبئ بقرب قيامها) ؛ ولذلك تخلل

---

(١) CANTREL . - **The Invasion from Mars** : A Study in the Psychlogy of Panic .

(٢) بالرغم من أن "علمها عند ربي" كما نعرف في ثقافتنا الإسلامية ، ولا نعرف إلا علامات تنبئ بقرب قيامها .

البرنامج عبارات ساخرة تؤكد أن مصادر أخباره وهميه وضاحكة مثل: جاءنا من "بيجو برس" و"وكالة دبوس جراف" و"أبولمعة يركب صاروخا"...[٣]

وإذاعة هذا البرنامج بلا مقدمة خاصة به ، وبدون التنويه عنه مسبقا ، وطريقة إذاعته ، والظروف التي أذيع فيها (والتي تردد فيها "قرب موعد قيام الساعة") ومن أن القلوب كانت مرهفة والخوف يملأ بعض النفوس التي تتوقع فناء العالم ، واعتماد البرنامج على الإثارة بالعناصر المدعمة لها من تشويق وغموض...، كل ذلك ساعد في ظهور هذا التأثير غير المطلوب ، والذي لم يتوقعه القائم بالاتصال ولم يستعد له ، ويشابهه في ذلك تأثير بث الفيلم التليفزيوني " اليوم التالي" على شاشات التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية .

ومما يؤكد نتائج "كانتريل" في دراسته لبرنامج غزو من المريخ ، من أنه توجد عوامل نفسية واجتماعية ... تتدخل في تحديد التأثير المباشر لوسائل الإعلام ، ما حدث بالنسبة لبرنامج تم بثه على شاشة التليفزيون الفرنسي عام ١٩٧٩م .

ففي العاشر من ديسمبر من ذاك العام ، حاولت القناة الفرنسية الثانية **(A2)** تقديم برنامج من هذا النوع من برامج الخيال العلمي (Fiction) تم بثه في الفترة الإخبارية عقب نشرة أخبار الساعة الثامنة مساء ، أي في وقت الذروة بالنسبة للمشاهدة والمخصصة لتقديم تحليل للأحداث .

وقد اختار معد ومذيع البرنامج "باتريك بوافر دارفور" **(Patric Poivre d'ARVOR)** موضوعا حول خبر مفاجئ هو : *"الشرق الأوسط يتوقف عن ضخ البترول إلى الدول الأوربية"* .

وبأسلوب البرامج الإخبارية في التليفزيون الفرنسي ، استضاف البرنامج عددا من المتخصصين في هذا الموضوع ، متخصص في شؤون الشرق الأوسط ، وآخر في البترول ، ورجل قانون....، وقام المذيع بعرض الموضوع وخلفيته وردود أفعال الخبر في الدول الغربية مع مداخلات من ضيوف البرنامج كل في دوره ، وردود أفعال بعض مشاهدي البرنامج .

وقد ذكر المذيع مثلا – والذي كانت تصله من حين لآخر بعض الأوراق وكأنها برقيات أو "فاكسات" – أن الأخبار تتدفق من وكالات الأنباء بالنسبة لفرنسا ، وأن الولايات المتحدة الأمريكية قد اتخذت قرارا سريعا وحاسما بوقف إرسال شحنات الغلال والمعدات التي كانت متوجهة إلى منطقة الشرق الأوسط ، وأن سرقات الدراجات قد انتشرت في إيطاليا... وقد استغرق بث هذا البرنامج نصف ساعة في فترة من فترات ذروة مشاهدة التليفزيون في فرنسا ، وعقب نشرة أخبار القناة الثانية في الوقت المحدد لتقديم البرنامج الإخباري ، وأدار الحوار فيه مذيع يعد ويقدم المواد الجادة وخصوصا نشرات الأخبار والتحليلات السياسية .

---

(٣) للاستزادة ، إرجع إلى كتابنا : صوت العرب بين الامس واليوم.دار الثقافة العربية. القاهرة ، ١٩٨٩م

وبالرغم من التنويه في بداية البرنامج وفي الصحافة المطبوعة إلى نوعية البرنامج ، ومن أن المسؤولين في التليفزيون كانوا يشيرون في ومضة إليكترونية كل ٧٠ ثانية في الركن العلوي من الشاشة في أثناء بث هذا البرنامج إلى أنه "من الخيال العلمي **(Fiction)**" ، **إلا أن تليفون هذه القناة قد سجل في تلك الليلة عشرات المكالمات للاستفسار عن مدى جدية هذا الخبر** وحقيقة الموضوع ، بل وصل الأمر ببعضهم إلى قذف العرب بأقذع السباب ، ونعتهم بأقذر الصفات (مما يدخلهم تحت طائلة القانون) .

ووفقا لما ذكرته الصحافة الفرنسية عن هذا البرنامج فيما بعد ، **كان نصف المتصلين** تليفونيا من الذين يكرهون العرب ولا يثقون فيهم ، **وكان النصف الآخر يشكل أناسا غير سويين** ، مروعين **(Affolés)** ، ومن كبار السن ، والذين يعيشون بمفردهم أو مع حيوان أليف بجوار المدفأة ، لذلك هزهم مضمون الخبر خصوصا بسبب التوقيت الذي أذيع فيه البرنامج ، وطبيعة المناخ في فرنسا في شهر ديسمبر) ، ومنهم أيضا عنصريون متعصبون يكرهون العرب ويتصورون أنه يمكن أن يمتنع العرب عن تصدير البترول إليهم في أي وقت ، خصوصا وقد سبق اتخاذ هذا الموقف في أكتوبر ١٩٧٣... ، **مما يفسر هذا التأثير المباشر للبرنامج** .

وعلى المستوى السياسي ، درس "سرج شاخوتين" **(Serge TCHAKHOTINE)** الدعاية النازية ، والتي تزعمها وزير الدعاية الألماني "جوبلز" **(GOBBELS)** ، واستخدم تشاخوتين الدعاية في بناء نظرية حول "**إمكان التحكم والتأثير في الجماهير**" ، **وعرض نظريته** هذه في كتاب بعنوان "**اغتصاب الجماهير**"[1].

أما فيما يتعلق بالدراسات التي قام بها "بول لازرسفيد" **(LAZARSFELD)** وزملاؤه لمعرفة اتجاهات القراء خلال الحملة الإنتخابية للرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية بين "روزفلت" و"ويلكي" **(ROOSEVELT & WILKIE)** **في الأربعينيات ، فقد كان لها أبلغ الأثر في إعادة النظر في الفكرة التي كانت سائدة عن التأثير المباشر لوسائل الإعلام**[1].

> **وبظهور التليفزيون وانتشاره جماهيريا ، بدأت هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة تستحوز على اهتمام الباحثين في الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام وبخاصة هذه الوسيلة الجديدة ، وذلك نظرا لخصائص التليفزيون التي يتميز بها عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى ، وكان ذلك سببا وراء الارتماء ثانية في أحضان مدرسة شاخوتين للتأثير المباشر ، خصوصا بالنسبة للتليفزيون .**

---

(1) S. TCHAKHOTINE . – Le viol des foules par la propaganda politique .

(2) MERTON . – **Mass Persuasion** : The Social Psychology of War . Bond Drive, Harper 1945 .

(ب) قياس التأثير

الدراسات الخاصة بالتأثير يصعب إجراؤها للكشف عن أسباب هـذا التـأثير بالنسـبة لوسائل الإعلام لأنها لا تجرى داخل "معامل" ، والتي تمكن الباحث من التحكم فـي المتغيـرات لقياس رد الفعل ، أو التغذية المرتدة التي سبق لنا الإشارة إليها . فعند البحث عن تأثير وسـائل الإعلام ، نحن لا نتعامل مع جماد ، أو مع قطعة حديد نحاول الكشف عن مدى تمددها بالحرارة عند تعريضها للنار ، بل نتعامل مع هذا الإنسان بكل مكوناتـه الفيزيقيـة الطبيعيـة والنفسـية والإجتماعية والتي من الصعب معرفتها والتي تحدثنا عنها في سطور سابقة ...

ولكي نقوم بدراسة تأثير التليفزيون ، أو بأسـلوب أدق ، دراسـة تـأثير برنـامج تليفزيوني معين ، أو أي وسيلة إعلاميـة أخرى ، فإننا نقوم بتحـديد مـا يطـلق عليـه "مالينوفسكي" (MALINOWSKI) نقطـة الصفر **"Le point zéro"**[1] ، وتفصل هذه النقطـة بين الوضعين : قبل التعرض للرسالة المراد معرفة تأثيرها وقياسه وبعد التعرض لها .

وإذا كانت مثل هذه التجارب تنجح داخل المعامل في العلـوم الطبيعية ، وفي بعـض الأحيان بالنسبة لحيوانات التجارب ، إلا أنها موضع شك في العلـوم الإجتماعيـة والإنسـانية لأسباب كثيرة ، أهمها صعوبة تحديد المتغيرات وفصلها ، وقد سبق لنا الحديث عن نظرية التل الجليدي في الإتصال المواجهي ، والتي ركزت على الجوانب الخفية في هـذا المسـتوى مـن الاتصال[1]، وفيما يلي توضيح لذلك .

١ – صعوبة قياس تأثير وسائل الإعلام

من الصعب جدا أن نشاهد نتيجة تأثير التليفزيون على المشاهد ، مثلما هو صعب أن نعرف تأثير المدرس على تلاميذه ، إذ إن التأثير في كلتا الحالتين غير ملموس ، ولا يمكن أن نشعر به أو نحسه مباشرة بخلاف ما نراه ونحسه مثلا من نتاج عمل المهندس المعمـاري أو جـرار لحرث الأرض ...

> فبالنسبة للتأثير في الحالة الأولى ، أي عندما نتحدث عن تأثير المدرس أو تأثير التليفزيون ، فإننا لا نرى ولا نتابع ما يحدث من تغيير تدريجي لـدى التلميذ أو لدى مشاهد التليفزيون ، لأن حقل التجربة كما ذكرنـا يقـع داخـل الإنسان بكل ما تحمله كلمة إنسان من معان ، حيث تمر عملية التـأثير التـي تحدث داخليا في خطوات معقدة نترك الحديث عنها الآن لوقتها . **وكل ما يهمنا معرفته هنا ، هو أن التأثير الذي يتم خلال عمليات داخلية هو تـأثير معقـد**

---

[1] **The Dynamics of Culture Change .**

[1] MERTON . – **Mass Persuasion** : The Social Psychology of War . Bond Drive , Harper 1945 .

[٢] انظر ما سبق .

وخامل ولا يظهر بوضوح ، إلا أنه قد يظهر بعد فترة طويلة في السلوك أو في التفكير خاضعا عندئذ لتعديلات متعددة .

أما بالنسبة للحالة الثانية ، حالة المهندس المعماري ، أو آلة الحرث أو الري ، فإن حقل التجربة يكون شيئا ملموسا وخارجا عن الإنسان . ولذلك ، فإننا في هذه الحالة يمكننا أن نتابع وبانتظام أي تغيير تدريجي قد يحدث . بل في غالب الأحوال ، يحدث التعديل أو التغيير تحت بصرنا . وكما يحدث تماما داخل المعمل ، يمكننا قياس هذا التغيير الذي يحدث نتيجة عمل المهندس أو الجرار ، والتنبؤ بالتغيير التالي .

أما بالنسبة لتأثير وسائل الإعلام ، فإننا نعرف مثلا ، أننا نحصل على البرونز بخلط كمية من النحاس مع القصدير ، ولكننا لا يمكن أن نتنبأ مقدما – وبشكل قاطع– بتأثير برنامج يبث مثلا على شاشة التليفزيون . إلا أن هذا لا يمنع من التكهن بتأثير فوري متوقع ، والذي هو في الغالب تأثير سطحي وعلى المدى القصير ، مثله مثل انتفاضة الساق إثر طرق الطبيب على ركبة المريض ؛ فكما تشير هذه الانتفاضة إلى مرض الساق أو سلامتها ، **فإن تأثير الرسالة الآعلامية المباشر يشير بالدرجة الأولى إلى خصائص المتلقي ومقوماته أكثر مما يشير إلى خصائص الرسالة .**

وإذا كنا نؤكد على أن التأثير المباشر تأثير سطحي ، فذلك يرجع إلى أننا نعده رد فعل مباشر[1] ، ولا يعمل منفردا ، ولكنه مرتبط بعوامل أخرى يعمل من خلالها . هذه العوامل التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام تقوم بدور مهم في عمليات الاتصال ، ويمكن أن نطلق عليها اسم " العوامل الوسيطة ، والعوامل الدخيلة" والتي أشرنا إليها عند الحديث عن نظرية التل الجليدي ، حيث نرى لزاما أن تخصص لها دراسات قائمة بذاتها لأهميتها ، بل لخطورتها .

وتجدر الإشارة هنا ، إلى أنه إذا لم يكن لتلك العوامل الوسيطة والدخيلة أهمية أكبر من تأثير الرسالة الإعلامية ، فهي لا تقل أهمية عن الرسالة المنقولة عن طريق وسائل الإعلام . ولنا إذن أن نفترض أن تأثير وسيلة الإعلام – **أو تأثير مضمون الرسالة الإعلامية– يصبح على الأقل في حكم العدم إذا ما تعارض وتأثير هذه العوامل** والذي سنتناوله بشيء من التفصيل فيما بعد[1].

ونحن في هذه السطور لا ننكر أن الفرد في عصرنا الحالي يعيش في جو مشحون بالإعلام . وتطلق إفيلين باتكل على هذا الغيث من الإعلام الذي يحاصرنا مصطلح "Bombardement des messages" [2] ، حيث يغزونا الإعلام بطرقات متتالية نهارا وليلا بوسائل شتى وبصور متعددة ، من الملصق البسيط حتى الرسالة الإلكترونية التي تبث على شاشات

---

[1] **AUDIGIER & LATAPIE . – Télévision et télécommunication aux Etats-Unis.**

[2] Y. BATICLE . – **Message , media , communication , de Lascaux à l'ordinateur .**

التليفزيون وعلى شاشات الحاسبات الإليكترونية آتية عبر الأقمار الصناعية فيما يعرف باسم "إنترنت" ، وقد تصل هذه الرسائل إلى المتلقي بل وقد تؤدي الغرض التي صيغت من أجله الرسالة . ولكن هل تأثير الرسالة الإعلامية يمكن أن يكون مباشرا ؟ سوف نرد على هذا التساؤل فيما بعد .

٢ــ العوامل التي تحدد فعالية الرسالة

كل ما نستطيع أن نؤكد عليه هنا ، هو أن الرسالة تمر بمرحلتين أساسيتين تحددان قوة فعالية هذه الرسالة أو تلك ، وهما :

- **المرحلة الأولى ، وتشمل عملية وضع الفكر في كود . ففي ظل مناخ معين ، تتم صياغة رسالة محددة ، ويتم نقل هذه الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، بالإستعانة في حالتنا هذه بوسيلة إعلامية .**
- **أما المرحلة الثانية فهي خاصة بظروف استقبال الرسالة ، وإلى أن يتخذ المتلقي قراره بالنسبة لمحتواها ، وبالنسبة لمرسلها ، سواء بالاستجابة أو بالرفض (Agir ou ne pas agir) .**

وفي كلتا المرحلتين ، واللتين يطلق عليهما بعض الباحثين جزئيا مرحلة وضع الفكر في كود ومرحلة فك الكود ، هناك عوامل عديدة كما ذكرنا من قبل تعترض طريق الرسالة ، وتحدد الأثر المتوقع من الرسالة الإعلامية . وكما قلنا قبلا ، فإن أهمية هذه العوامل تحتم علينا دراستها دراسة مستفيضة مستقلة .

ولكن ، يجب أن نعلم أن هناك من الباحثين من يحاول تحديد وعزل هذه العوامل ، أو هذه المتغيرات ، وتثبيت المتغير الواجب قياس تأثيره بغية الوصول إلى نتائج يمكن أن تنسب إلى هذا المتغير أو ذاك ، معتمدين في ذلك على تطبيق الأسلوب الاحصائي بعملياته المتعددة .

> فعند قياس تأثير برنامج في التليفزيون على المشاهد ، أو مقال في صحيفة على القارئ ، أو تأثير إعلان لسلعة ما على المستهلك ... ، يجب أن نعلم أن مهمتنا جد صعبة وشائكة ، لأن المعروف أن تغيير ، **أو تعديل ، السلوك يخضع للتجربة ذاتها ، ويتأثر بالعوامل الإجتماعية الأخرى التي يعمل من خلالها . أي أن التأثير لا يخضع لمحتوى الرسالة فقط ، ولا لخصائص الوسيلة الإعلامية وحدها ، بل هناك عدة عوامل تتفاعل مع بعضها بعضا لكي تشكل في النهاية التأثير الذي يمكن قياسه معمليا ؛ فإلى** جانب محتوى البرنامج نفسه ، وخصائص الوسيلة ذاتها ، وظروف التعرض للرسالة ، هناك أيضا ما سبق ذكره فيما يتعلق بالقائم بالاتصال وبالمستقبل أو ما يطلق عليه اسم الإميريك الكندي .

٣ ـــ خصائص التأثير العاجل والتأثير الآجل

إذا ما قيل إن هناك تأثيرا معينا مباشرا لبرنامج ما في التليفزيون ، أو في الراديو ، أو لمقال في صحيفة ، على سلوك الفرد أو الجماعة ، فإن هذا التـــأثير **الفـــوري (Immediate) أو المباشر (Direct) لن يدوم ؛ فهو في الغالب تأثير قصير المدى ، سطحي ، وليس له نتـــائج ثابتة أو دائمة .**

ويجب أن نعلم هنا أن التأثير **على المدى الطويل أهم من وجهة النظـــر الاجتماعيـــة والنفسية من التأثير العاجل** . فمن خصـــائص التأثير الآجل وهو التأثير على المدى الطويـــل ، والذي سنعرفه فيما بعد عند الحديث عن الدور الوظيفي لوسائل الإعلام ، والــذي **هـــو تـــأثير تراكمي ، وأن هذا التأثير أطول عمرا وأعمق أثرا ، إلا أنه لا يلاحظ من الوهلـــة الأولـــى** ، ونحن نعرف المثل القائل "القشة التي قصمت ظهر البعير" . **هذا التأثير التراكمي والذي اكتشف** بعد فترة من ظهور وسائل الإعلام ، **قد يكون هو السبب في ظهور ثلاث مراحـــل للدراســـات** الخاصة بتأثير التليفزيون ، وخاصة تلك التي تتعلق بتأثير التليفزيون على الطفل[1].

(ج) مراحل الدراسات الخاصة بتأثير التليفزيون على الطفل

في المرحلة الأولى من الدراسات الخاصة بتأثير **التليفزيون على الطفل ، لاحظنـــا أن** نتائج تلك الدراسات كانت تشير إلى أن التليفزيون يسبب **تأخر التلاميذ في دراستهم ، وكثيرا ما** تنسب انحرافات الشباب إلى مشاهدة بعض البرامج في **التليفزيون[2] (وكذلك إلى غيره أيضا من** الوسائل) . بل إن كل الحالات المرضية داخل المجتمع كانت تنسب **إلى هذا الجهاز الوليد فـــي** هذه المرحلة ، وهي عادة ألفناها بالنسبة لكل وافد جديد .

وتميزت المرحلة الثانية بدراسات منهجية **أشارت في نتائجها إلى أن الأطفـــال الـــذين** يشاهدون التليفزيون **لا يختلفون ولا يتميزون عن غير المشاهدين من الأطفال . واســـتمر هـــذا** الاتجاه سائدا إلى أن رسخت أقدام التليفزيون.

والمرحلة الثالثة جاءت بعد أن أصبح التليفزيون **ظاهرة عامة في المجتمع ، حيث ظهر اتجاه ثالث في البحوث يأخذ في الاعتبار الجوانب السسيولوجية في** الدراسات الخاصـــة بتـــأثير التليفزيون خاصة ، **وبوسائل الإعلام بوجه عام .**

---

(1) Jacques MOUSSEAU , - " Les enfants et la télévision : nouvelles conclusions " p. 99-108 in : : **Communication et langages . No. 30 , 2e Trimestre ,1976 .**

(2) W. SCHRAMM . – Mass Communication .**Op. Cit.**

ثانيا- الاتجاه السسيولوجي في الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام

يرجع الفضل في هذا الاتجاه السسيولوجي للإعلام إلى علماء الإجتماع في الولايات المتحدة الأمريكية وفي فرنسا وفي دول أخرى ، حيث تعددت البحوث وبدأت مناهج البحث تأخذ طابعها الخاص . وفي هذه المرحلة من مراحل دراسة التأثير ، أثبتت البحوث الاجتماعية أن التليفزيون ووسائل الإعلام الأخرى لا تعمل منفردة ، بل هي تعمل من خلال عوامل وسيطة ، عوامل سياسية وإيديولوجية ، وأخرى اجتماعية وثقافية...

(أ) دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام في أمريكا

لما كان اهتمام الباحثين في الولايات المتحدة الأمريكية موجها في البداية إلى دراسة جمهور التليفزيون التجاري للوصول إلى أكبرعدد من المشاهدين ، فقد ركز الباحثون هناك على دراسة الموضوعات التي تتعلق بأساليب الإقناع ، وعلى قياس مدى نجاح البرامج ، وخصائص المشاهدين لبرامج معينة ، وأسباب تعلق هؤلاء بهذه البرامج...[١]

ومن الدراسات الأخرى التي اهتمت بتأثير التيفزيون ، تلك الدراسة التي توصل فيها "ولبور شرام" إلى أن مشاهدة التليفزيون لفترة طويلة تساعد على زيادة المعرفة في مجال الموضوعات المتصلة بالبرامج المذاعة ، وأغلبها برامج خيالية وترفيهية[٢] .

كذلك عني بالبحث في هذا الموضوع "مارشال ماكلوهان" (والذي يطلق عليه اسم " نبي الإليكترونيات" لاهتمامه بوسائل الإعلام الإليكترونية) ، فقد اهتم هو أيضا بتأثير وسائل الإعلام ؛ وهنا **يرجع ماكلوهان إلى الماضي البعيد ، فيقول "إن الهوة بين الثقافة اليونانية وبين الثقافة الرومانية يمكن أن تكون بسبب استخدام ورق البردي في العالم الروماني ، لأن ورق البردي – كما يقول – قد عزز الثقافة البصرية [١] أكثر من أي نتاج إنساني آخر قبل يوحنا جوتنرج مخترع الطباعة [٢] .**

[١] W. SCHRAMM.- Mass Communication. **Op. Cit.**

[٢] ولبور شرام وآخرون (ترجمة زكريا سيد حسن) – **التليفزيون وأثره في حياة أطفالنا** ، الدار المصرية للتأليف والترجمة (د.ت).

[١] المعروف أن وسائل الإعلام لدى ماكلوهان امتداد لحواس الإنسان .

[٢] M. McLUHAN & Quentin FIORE . – **Guerre et paix dans le village planétaire .** Paris 1970 .

[٣] Hilda HIMMELWEIT & als.-**television and Child**. Oxford University Press 1958.

(ب) دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام في أوروبا

من الدراسات الكلاسيكية التي نرجع إليها عند الحديث عن موضوع تأثير التليفزيـــون تلك الدراسة التي قامت بها "هيلدا هيملويت" وزملاء لها على عينة من أطفال المدارس ، وحاول هؤلاء الباحثون في دراستهم تلك تحديد آثار التليفزيون على النشء[٣].

وقد أشارت تلك الدراسة إلى أن التليفزيون ليس له أي تأثير ملموس على مستوى ذكاء الأطفال في العينة المدروسة ، ولكن الدراسة أظهرت أن أفضل التلاميذ في العينة كـانوا فـي المجموعة التي تشاهد التليفزيون كثيرا . وقد أظهرت الدراسة أيضا أن التليفزيون يشحذ ذهـن الطفل ، وأن من يشاهدون التليفزيون في العينة هم أكثر الأطفال طموحا ومبادرة . هذه النتيجـة نرى أنها يمكن أن ترد إلى الطبقة الإجتماعية التي ينتمي إليها الأطفال ممن كان لديهم تليفزيون في البيت في الفترة المدروسة ، ونأخذ على هذه الدراسة أنها كانت عامة ، وأنها أعطت أهميـة لتأثير التليفزيون على المدى القصير والقريب ، وأنها قللت من شأن تأثير هـذا الجهـاز علـى المدى البعيد ، وإن كانت الباحثة (Jadwiga KOMOROWSKA) "جاديجا كوموروفسكا" فـي بولندا قد توصلت إلى نتائج مشابهة للنتائج التي توصلت إليها هيملويت في انجلترا فـي بدايـة انتشار التليفزيون في انجلترا .

وقد انصب اهتمام الباحثين عن تأثير لوسائل الإعلام في فرنسا علـى دراسـة تـأثير التليفزيون أيضا . ومن الجدير بالذكر هنا ، أن "جاك موسو" الذي يهتم هو الآخر بدراسة تـأثير التليفزيون على الطفل ، قد فاجأنا عام ١٩٧٦م بقوله إن هذا الجهاز يسـتحوذ علـى المشـاهد ويترك بصماته عليه ، بل إنه يستطرد ويقول: إن التليفزيون يشكل الطـفل وهو مـا زال فـي مهده [٢].

وبالرغم من النتائج التي توصل إليها البحثان ، البحث الذي طبق في إنجلترا والآخر الذي طبق في بولندا في بداية ظهور التليفزيون ، إلا أننا نأخذ بالرأي القائل بأن تأثير وسائل الإعلام – وخاصة التليفزيون – على المدى الطويل ، أكثر أهمية من التأثير المباشر والـذي يكون في الغالب تأثيرا سطحيا ، إلا أن هذا الرأي لا يجب أن يجعلنا نتجاهل التأثير المباشـر الذي قد تحدثه وسائل الإعلام ، كما رأينا بالنسبة لتأثير مشاهدة فيلم "اليوم التالي" .

---

[٢] Jacques MOUSSEAU – "Les enfants et la télévisoin" . **Art.Cit.**

(ج) دراسات خاصة بتـــأثير وسائل الإعلام في مصر

في عام ١٩٧٤م ، توصل الزميل فتحي يونس من خلال دراسته للغة الأطفال إلـــى أن وسائل الإعلام ، وخاصة التليفزيون ، قد ظهرت بوادر تأثيرها في أحاديـــث الأطفـــال[١]. وإذا سألنا المدرسين ونظار المدارس ، لقالوا لنا إن التلاميذ ، وخاصـــة في المراحل الأولـــى مـــن التعليم ، يرددون ويتغننون في أوقات فراغهم في المدرسة بإعلانات التليفزيون . وهذا التـــأثير ليس بجديد بالنسبة لنا ، فما زلنا نتذكر إعلانا كان يذاع في الخمسينيات عن طريق الراديو (قبل دخول التليفزيون مصر) ، وكانت تردده بعض زميلاتنا فيما قبل المرحلة الثانوية ، وإن كان هذا الإعلان غير موسيقي إذا قسناه بالإعلانات الملحنة والراقصة مثل "شـــوف العقـــد .." و"يـــاللا كوكاكولا" ، و"اديها بيبسي إديها" و "شيبساوي على طول" و"ألو ألو" و "تلاجـــة إيـــديال" ، أمـــا الإعلان في الخمسينيات والذي نقصده فكان :" أحذية باتا ظريفة خفيفة لطيفة ..." هذا إذا لم تخنا الذاكرة .

وفي عام ١٩٨٥م ، لاحظنا أن محصلة الطفل في عينة عشوائية من تلاميذ المـــدارس الإبتدائية والإعدادية قد دخلتها مفردات جديدة من الصعب تصور أن يكون لها مصدر آخر غير التليفزيون ، وكذلك بالنسبة لخياله الذي تبوح به رسومه [٢]. وكانت هذه الملاحظه بداية اهتمامنا برسوم الأطفال ، حيث انطلقنا في أثناء حرب تحرير الكويت لمعرفة تـــأثير التليفزيـــون علـــى الطفل ، وخرجنا من ذلك ببحثين ، واحد منهما اشتركت معنا فيه إحدى الزميلات ونشـــر فـــي مصر ، والآخر كان ورقة ناقشناها في مؤتمر للإعلام عقد في البرازيل ونشرت مداخلتنا هـــذه في دورية علمية فرنسية وأعدنا نشرها باللغة الفرنسية في ملحق لكتاب لنا [١]... ، ثم تتابعـــت أبحاثنا بالنسبة لرسوم الطفل ، فأجرينا بحثا تحليليا لرسوم الطفل المصـــري ، و آخـــر لرســـوم الطفل السعودي ...، وخرجنا من هذه الدراسات بوجود ثمة تأثير للتليفزيون على مخيلة الطفل ، وعلى الصور التي يكونها الطفل عن العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وفي المدرسة ....، وعن الرموز السياسية بالنسبة للعراق على الأقل [٢]...

ومن خلال دراسة قمنـ ـها في مصر عام ١٩٧٦م ، كنا قد توصلنا كما توصل باحثون آخرون في هذا المجال إلى أن التـيفزيون ـــ بوصفه وسيلة إعلام ـــ يساعد على التدعيم أكثـــر مما يساعد على التعديل والتغيير .

ويخضع تأثير لتـيفزيون – كما سبق لنا القول– لعدة عوامل أخرى أهمها فهم الرسالة الإعلامية[٢]. ويتوقف فـهـ الرسالة كذلك على الموقف الاجتماعي الذي تستقبل فيـــه الرســـالة ،

---

(١) فتحي يونس – الكلمـ ت الـ ـ ـ ـ ي كلام تلاميذ الصفوف الأولى من المرحلة الأولى" رسالة **دكتوراة غير منشورة** ، كلية التربية، جامعة عين شمس ٩٧٤ .

(٢) الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي . **مرجع سابق**.

(١) انظر قائمة المراجع الخاصة بنا.

(٢) انظر قائمة المراجع الخاصة بنا

(٢) "دلالة نشرات الأخبار" **مرجع سابق**

على الموقف الاتصالي ، كما يتوقف بطبيعة الحال على قدرة المستقبل على الفهم ... ، وبأسلوب آخر ، يمكننا القول بأن فهم الرسالة الإعلامية ، والذي يترتب عليه نسبيا تحديد مقدرتها على التأثير ، يرتبط ارتباطا طرديا وإيجابيا مع المستوى الثقافي للفرد ، وهي نتيجة منطقية خلافا لما يقوله بعض الباحثين من أن تأثير وسائل الإعلام مثله مثل تأثير حقنة التخدير ، مثل تأثير الرصاصة ، والتي لا تخطئ الطريق ونلمس فورا تأثيرها ، أو ما أطلقوا عليه اسم : التأثير المباشر والفوري لوسائل الإعلام والذي تحدثنا عنه عاليه .

وهنا ، نقول لهؤلاء إن حقنة التخدير هذه التي يشبهون تأثير وسائل الإعلام بتأثيرها ، لا يختلف اثنان في أن تأثير حقنة التخدير هذه يختلف من شخص لآخر . ولما كنا قد ذكرنا قبلا أن من طبيعة الإنسان أنه متغير ، فإن تأثير هذه الحقنة يختلف بالتأكيد بالنسبة للفرد الواحد في فترات عمره المختلفة ، في صحته وفي مرضه ، سواء كان هذا المرض مرضا عضويا أو مرضا نفسيا ، هذا إلى جانب عوامل وسيطة أخرى تلعب دورا هنا . كل هذه العوامل وغيرها تؤثر في مقدار المخدر الذي يجب أن يحقن به الطبيب مريضه ، وكم سمعنا عن حالات لم تتحمل إبرة التخدير والنتيجة معروفة....

والقائلين بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا يمكن الرد عليهم بسؤالهم : هل هذا التأثير لوسائل الإعلام ظاهرة عامة لدى الجميع ؟ الوضع يختلف بطبيعة الحال من فرد لآخر حيث نأخذ في الحسبان هنا كافة العوامل الديمغرافية والنفسية والاجتماعية والإيديولوجة والعقدية ....، وهذا ما دعانا لرفض كلمة من أصل لاتيني لتعريف هذه وسائل الإعلام وهي كلمة "Mass" في المصطلح "Mass Media"[٣] الذي استخدم من قبل بعض المهتمين بوسائل الإعلام في تسمية هذه الوسائل . وكلمة "Mass" تستخدم في المطبخ الإسباني للدلالة على أن التجانس قد تم بالنسبة للعجينة التي تعد لعمل خبز أو ما شابهه ، لذلك ترفض المدرسة الفرنسية هذه الكلمة في هذا الموضع ، حيث نرى أننا أمام جماهير متعددة تتشكل من أفراد كل منهم له كيانه المميز والمنفصل عن الآخرين . فهل يمكن أن يتصور هؤلاء وجود تأثير موحد من الذين يتعرضون لرسالة ما من أي وسيلة من وسائل الإعلام مما يترتب عليه رد فعل موحد في سلوك ينظم جميعا في وقت موحد ؟

---

[٣] كلمة "Media" كلمة لاتينية ، وهي صيغة جمع لكلمة "Medium" التي تعني وسيط . ولكن كلمة "media" دخلت القاموس الفرنسي . هذه الكلمة في الأصل اللاتيني لها صيغة جمع ومفردها "Medium" ، والتي لم تعد تستعمل حاليا عند الحديث عن الوسيلة الإعلامية ، وبدئ في استخدام صيغة الجمع اللاتينية لها ، "Media’" عند الحديث عن الوسيلة الواحدة ، ويتم جمعها بحرف "S" في نهايتها مثل غالبية الأسماء في اللغة الفرنسية ، فنقول الآن : "Media" للمفرد ، و"Medias’" للجمع . فلعل أشهر استخدام لكلمة "Medium" كان في مقولة ماكلوهان المشهورة "The Medium is a massage " .

ثالثا ـ النظريات الخاصة بالتأثير

في عام ١٩٦٠م ، نشر "كلابر" نتائج موجة جديدة من الأبحاث في كتابه الخاص بتأثير وسائل الإعلام [١] ، وقد احتوى هذا الكتاب على نتائج حوالي ١٠٠٠ دراسة ذكر أسماء ٢٧ منها في المراجع .

ومن أهم النتائج التي ذكرت في كتاب كلابر ، وسبق لنا الإشارة إليها ، كان إعادة النظر فيما سبق اعتقاده بسبب التحليل السطحي لبعض الدراسات ، والتي أعطت أهمية كبرى لتأثير وسائل الإعلام ، كما أشارت هذه الدراسة أيضا إلى أن وسائل الإعلام لا تعمل منفصلة ولكنها تعمل من خلال عوامل وسيطة ..[٢].

وفي عام ١٩٧٠م ظهر كتاب "ملفن دي فلور" عن نظريات الاتصال [٣]. وفي هذا الكتاب ، حاول المؤلف أن يميز بين أربعة عوامل يمكن اعتبارها نظريات هامة لتأثير وسائل الإعلام ، والتي يمكن أن ننظر إليها على أنها أهم العوامل الوسيطة التي تلعب دورا في تحديد تأثير الرسالة الإعلامية وهي :

١- الإختلافات الفردية	**Individual Differences**
٢- الطبقات الإجتمعاية	**Social Categories**
٣- العلاقات الإجتماعية	**Social Relationships**
٤- القيم الثقافية	**Cultural Norms**

١ ـ الاختلافات الفردية

تشير الإختلافات الفردية إلى الإستعدادات وخصائص الفرد النفسية التي تؤثر في عملية الإتصال ، ويظهر تأثير هذه الإختلافات الفردية بوضوح من خلال العمليات الإنتقائية المتعددة ومن أهمها:

- انتقاء التعرض
- انتقاء المضمون
- انتقاء الفهم
- انتقاء التذكر
- انتقاء القرار

وسوف نتكلم عن هذه العمليات الانتقائية بشيء من التفصيل فيما بعد .

---

(١) KLAPPER. – The Effects of Mass Communication Op. Cit.

(٢) KLAPPER.- The Effect of Mass Communication. Op. Cit.

(٣) Melvin De FLEUR. – Theories of Mass Communication.

٢ ـ الطبقات الإجتماعية

يرى"دي فلور" أن الطبقات الإجتماعية هي انعكاس للاختلافات الفردية السيكولوجية ؛ فهناك خصائص مشتركة بين الأفراد يمكن أن تنظمهم في جماعات ولها خصائص معينة . هذه الجماعات قد تستجيب لمضمون وسائل الإعلام والتي يهتم فيها الباحثون بخصائص هذه الجماهير من حيث العوامل الديموغرافية ، الجنس والسن ومستوى التعليم ...، وكيفية تعاملها مع الوسائل المختلفة ، بل إن المعلنين يعتمدون على هذه الدراسات للتخطيط لحملاتهم لمعرفة خصائص الأفراد المعجبين ببرامج معينة ، وأسباب تفضيلهم لهذه البرامج ، ومدى تأثير ما يشاهدوه في تغيير عاداتهم واتجاهاتهم وأذواقهم.

٣ ـ العلاقات الإجتماعية

مفهوم " العلاقات الاجتماعية" لدى دي فلور يحيلنا إلى النظرية الخاصة التي تقول بأن الاتصال يتم على خطوتين (Tow-Step Flow of Communication)التي أظهرتها الدراسات التي أجريت في جامعة كولومبيا تحت إشراف "لازرسفيد" ، بأن تأثير وسائل الإعلام ، وخاصة ما يتعلق بتبنى الأفكار المستحدثة (Innovation) ، لا يصل إلى الجميع مباشرة ، بل يقتنع بها أولا " قادة الرأي" (Opinion leader) وهم يقومون بنقلها للآخرين .

قد أظهرت البحوث التي قامت بها جامعة كولومبيا في أمريكا أهمية التأثير الشخصي إلى جانب تأثير وسائل الإعلام ، وهذا يجعلنا نتفق تماما مع ولبور شرام باعتبار هذه البحوث المشار إليها البحوث من الدراسات التي تهم علماء الإجتماع .

هذا وقد بنى لازرسفيلد وزملاؤه نظريتهم الخاصة بالعلاقة بين قادة الرأي ووسائل الإعلام بعد دراسة ميدانية في بنسلفانيا وايري ، وذلك أثناء الحملة الانتخابية في الأربعينيات . وقد اتضح من دراستهم تلك أن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر في بعض الأفراد ، وهؤلاء يمكنهم بدورهم التأثير في أفراد آخرين . واعتبر الباحثون الجماعة الأولى "قادة رأي" ، وهم أكثر احتكاكا وتعاملا مع وسائل الإعلام المختلفة . وعن طريق الاتصال الشخصي ، يقوم قادة الرأي بنقل الأفكار الجديدة إلى الأفراد الآخرين . أي أن **تأثير وسائل الإعلام ، أو بأسلوب أدق التدفق الإعلامي ، يمر على الأقل بمرحلتين :**

١- من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي
٢- ومن قادة الرأي إلى الآخرين

واتضح من دراسات جامعة كولومبيا أيضا ، أن تأثير وسائل الإعلام ليس مباشرا ، بل إنه يخضع لعدة عوامل منها العلميات الإنتقائية التي سبق الإشارة إليها .

كما أثبتت هذه الدراسات أيضا أن وسائل الإعلام تساعد على التدعيم كما أنها تساعد على التغيير .

وقد استمر لازرسفيلد وزملاؤه في دراسة **نظرية تدفق الإعلام على خطوتين والتي** اكتشفوها في أثناء دراستهم لتأثير الحملة الإنتخابية ، وحاول الباحثون الكشف عن هذه النظرية في نواح ومجالات أخرى مثل الذهاب إلى دور السينما ، وشراء الطعام والملابس...، وذلك للكشف عما إذا كان التأثير الشخصي أقوى أم تأثير وسائل الإعلام ، هذا وقد **استخلصوا من دراساتهم تلك أن التأثير الشخصي أقوى من تأثير وسائل الإعلام التي كانت موجودة وقتها ، صحف ، ومجلات ، وكتب ، وراديو.**

ولقد حاولت الدراسات التي أجريت بعد ذلك عن التدفق الإعلامي في خطوتين أن تحدد من هم قادة الرأي وما أهم خصائصهم . ومن أهم هذه الدراسات الرائدة تلك التي قام بها "إلياهو كاتز" (**KATZ**) ونشر نتنجها عام ١٩٥٧م . ومن أهم النتائج التي توصل إليها هذا البحث ، والتي يمكن أن تفيدنا في الدراسات الاجتماعية للإعلام ، أن قادة الرأي ينتمون إلى الجماعات الأولية للأفراد الذين يؤثرون عليهم ؛ فقد يكونون من العائلة نفسها ، أو زملاء في العمل ، أو أصدقاء ...، وهو ما ظهر مثلا في دراستنا عن " المخدرات والشباب ودور وسائل الإعلام" ، إلا أن قادة الرأي هؤلاء يتميزون عن الآخرين ببعض الخصائص وأهمها التعرض لوسائل الإعلام ولمصادر المعلومات كما سبق وذكرنا .

وقد تزامنت الدراسات التي اهتمت بتأثير وسائل الإعلام واهتمام الدول المتقدمة صناعيا بالدول النامية بحجة رفع مستواها الإقتصادي والصحي لهذه الأخيرة ، وقد يفسر ذلك سبب اهتمام علماء الاجتماع الريفي مثلا بنتائج هذه الدراسات التي ساعدتهم في تحديد الأسلوب الأمثل الذي يمكن أن يتبعوه لنشر الأفكار الجديدة ، من أجل تبني سلوكيات أفضل ، سواء في المجال الزراعي أو الصحي ، أو خلافه.

ومن أهم الدراسات التي تنتمي إلى هذه المدرسة والتي أجريت في مصر ، نذكر الرسالة التي تقدم بها الزميل محمود عوده للحصول على درجة الدكتوراه من قسم اجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس ، والتي نشرها في كتاب صدر عن دار المعارف عام ١٩٧١م بعنوان " **أساليب الاتصال والتغير الإجتماعي** : دراسة ميدانية في قرية مصرية " وقد سبق لنا الإشارة إليها .

٤ ــ القيم الثقافية

لا ينظر دي فلور إلى القيم الثقافية على أنها نظرية ثابتة ، لكنه يعتبرها مجموعة من الفروض البديهية . وتشكل القيم الثقافية قواعد و قوالب وأنماطا للسلوك يفرضها المجتمع قبل أعضائه ويقبلها منهم .

ويسود الاعتقاد أن وسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بتعديل سلوك الأفراد ، بل وتغييرها ، لكي يتلاءم هذا السلوك والقيم الثقافية السائدة في المجتمع ، وأن وسائل الإعلام يمكنها ان تعلم الطفل – بل والبالغين أيضا– القيم الواجب اتباعها واحترامها داخل المجتمع ، وذلك من خلال التمثيلية والأغنية... أفضل من البرامج المباشرة ، إلا أن هذا لا يمنع من أننا نجد هناك من يحذر من التأثير المضاد لوسائل الإعلام ، وخاصة التليفزيون – على القيم الثقافية داخل المجتمع .

رابعا – **الدور الوظيفي لوسائل الإعلام: فسيولوجية وسائل الإعلام**

بالرغم من أن هناك من قد يرى أن وسائل الإعلام هي تطور طبيعي ، وأن التعرض له يحدث تلقائيا دون أسباب محددة ، وبغير إعمال فكر أو تدقيق – والذي قد يظهر في البحوث الميدانية عند الإجابة عن أسباب شراء جهاز التليفزيون بأنه " قد اشتراه لأنه لا يريد أن يكون أقل من الآخرين" ، إلا أننا ننظر إلى هذا الموضوع من الناحية الفسيولوجية مثل نظرة الاقتصاديين إلى بعض السلع بأن هناك وظيفة أساسية – وهي التي تختفي وراء الأسباب التي تجعل الفرد يقبل على شراء السلعة – ، ووظيفة ، أو وظائف أخرى ، تظهر بعد عملية الحيازة . ولنأخذ السيارة مثالا لذلك . فالفرد قد يلجأ إلى شراء السيارة لكي يتمكن من الذهاب إلى عمله في موعده متجنبا زحام المواصلات ومشاكل سيارات الأجرة...، وبحلول السيارة في حياته ، تظهر لدى صاحبها حاجات ثانوية أخرى قد تصبح في حكم الحاجات الأساسية فيما بعد ، عند استخدام السيارة مثلا لقضاء عطلة نهاية الأسبوع خارج المدينة ، أو الذهاب في نزهات في ليالي الصيف ، أو الخروج إلى الحدائق العامة في الهواء الطلق بعد يوم عمل شاق ...، ونقيس على ذلك سلعا أخرى متعددة في حياتنا العادية وإن اختلفت نوعية الحاجات التي تشبعها .

وبالنسبة لوسائل الإعلام ، تختفي الوظيفة الأساسية هنا أيضا وراء أسباب شراء وحيازة الوسيلة ؛ فإنه بالنسبة للصحيفة مثلا ، قد نجد بعض الأشخاص يشترونها لمعرفة الأسعار في البورصة المالية ، أو لتفقد صفحات الوفيات ، أو لقراءة الصفحة الرياضية ، أو لمعرفة برامج التليفزيون ...، بل إن بعض الأفراد لا يهمهم من الصحيفة سوى قراءة باب الحظ قبل بداية أعمالهم الروتينية اليومية ، أو حل الكلمات المتقاطعة...

وهكذا تختلف الوظيفة الأساسية للصيحفة كما نرى تبعا لعدة متغيرات أهمها الاختلافات الفردية بين شخص وآخر ، والجماعات التي ينتمي إليها ، وقيمه الثقافية .

ولكن الفرد الذي يتخذ قراره بشراء الصحيفة لتلبية حاجة أساسية لنوع معين من المعرفة ، فإلى جانب "باب الحظ" في صحيفته المفضلة ، فإنه يقرأ أبوابا أخرى وموضوعات لم تكن تدخل في اهتماماته الشخصية ، وذلك بطريق الصدفة البحتة لمجاورة بابه المفضل الذي يهوى الاطلاع عليه في الصحيفة ، أو تلبية لغريزة حب الاستطلاع ، ومن باب العلم بالشيء أو لملء فراغ يعاني منه .

وباستمرار التعرض لهذا الموضوع المجاور لبابه المفضل في الجريدة ، قد يتطور التعرض لكي يصبح في يوم ما دافعا لشراء الصحيفة فيما بعد ويتحقق التعرض الانتقائي . ولنأخذ لذلك مثلا الباب الخاص بالبحث عن عريس أو عروس ؛ فقد يشتري فرد صحيفته اليومية ، أو الأسبوعية ، لمعرفة نتائج مباريات كرة القدم ، إلا أنه ، وبالصدفة ، قد يتعرض لباب أريد عريسا أو أريد عروسا ، ويدفعه حب الاستطلاع في بداية الأمر إلى إلقاء نظرة على المضمون الذي يحتويه هذا الباب ، وقد تطول فترة الاستكشاف هذه عدة أسابيع ، تجعله يفكر في الاتصال بكاتب هذا الباب الذي أثار لديه هذه الرغبة الكامنة في البحث عن النصف الآخر الذي يمكن أن يشاركه حياته .

ما سبق ذكره بخصوص "البرامج المجاورة" يفسر اهتمام المعلن في التليفزيون بوضع إعلانه عن سلعته في الفترة التي تسبق – أو التي تلي – البرامج التي تجذب أكبر نسبة من المشاهدين حتى ولو ارتفع سعر الدقيقة للإعلان فيها عن السعر في أي وقت آخر ، وسوف نعطي أمثلة ذلك عند الحديث عن التليفزيون المصري .

أما بالنسبة لجهاز الراديو ، وقد لمسنا تطورا ملحوظا في وظيفته الأساسية في السنوات الأخيرة ، فقد كانت وظيفته الأساسية في فترة من فترات تاريخنا السياسي الاستماع إلى النشرات الإخبارية ، ونقصد هنا بطبيعة الحال أسباب شراء الجهاز ، إلا أننا قد نجد وظيفة الراديو الأساسية لدى بعض الأفراد الاستماع إلى تلاوة القرآن الكريم ، أو التسلية التي تظهر في الجملة التي قالها أبي لأمي ، رحمهما الله ، عندما أحضر لها جهاز الراديو إلى المنزل : " لقد أحضرت لك ما يسليك عندما يكون الأولاد في المدارس" .

وفي خضم هذا التطور التكنولوجي الذي نعيشه مع وسائل الإعلام ، ظهرت وظيفة أخرى مستحدثة لجهاز الراديو وهي تشغيل الشرائط المسجلة أو تعبئتها لتكوين مكتبة خاصة ، محطة إذاعة "حسب الطلب" ، وأصبح الراديو بالنسبة لبعض الناس مجرد رفيق في السيارة للتسلية أو سماع نشرات الأخبار ...

كذلك الحال بالنسبة لجهاز التليفزيون ، الذي تحولت وظيفته الأساسية التي تختفي وراء شرائه وحيازته لكي يصبح مجرد وسيلة لتشغيل الفيديو كما لمسنا ذلك بأنفسنا بالنسبة لبعض المغتربين في فرنسا ، وإن كان كل ذلك مازال في حكم الفرض حتى التأكد من صحة ذلك عن طريق الدراسات الميدانية .

باختصار شديد ، يمكننا هنا تحديد ثلاث وظائف "كلاسيكية" يمكن أن ننسبها لوسائل الإعلام نتناولها بالتفصيل في المباحث التالية وهي :

١- الإعلام
٢- التثقيف
٣- التسلية أو الترفيه والترويح وشغل وقت الفراغ

الفصل الثالث
الدور الوظيفي للدش والإنترنت

تمهيد

المبحث الخامس : الدور الوظيفي للدش
المبحث السادس : الدور الوظيفي للإنترنت

الفصل الثالث
الدور الوظيفي للدش والإنترنت

تمهيد

نتحدث في هذا الفصل عن وسيلتين كانتا سببا في انـدلاع ثورة جديدة في دنيا الاتصال ، ثورة المعلومات ، هما الـدش والإنترنت ، ونخصص لكل منهما فصلا مسـتقلا ؛ فهمـا وإن كانتا من أسـرة التكنولوجيـا الراقيـة ، إلا أن لكـل منهمـا خصائصه ودوره الوظيفي .

المبحث الخامس
الدور الوظيفي للدش

دخل الدش مصر ببرامجه الأجنبية قبل أن تبدأ القناة الفضائية المصرية بثها (مع بداية حرب تحرير الكويت) ، وبدأنا نهتم بعلاقة المشاهدين في مصر بالقنوات الفضائية التي تصلهم عبر الأقمار الصناعية والخصائص الديموغرافية لهؤلاء[١] ، ودرسنا علاقة المشاهدين خارج مصر بالقناة الفضائية المصرية [٢] وعلاقة المواطن السعودي بالبث الوافد عبر الأقمار الصناعية [٣] وتأثير الدش على الفتاة السعودية [٤]... ، وكنا قد تحدثنا كثيرا قبل وصول الدش ومنذ عام ١٩٨٣م عن ضرورة الاستعداد لهذا الوافد الغريب الذي سوف يصلنا بين يوم وليلة رضينا بذلك أو أبينا ، وأشرنا إلى التأثير المتوقع له والذي كانت إرهاصاته قد بدأت تظهر في الأسرة العربية في إحدى دول المغرب الشقيقة التي زرناها . وكانت هذه الدولة من أوائل الدول التي رحبت بالبث الوافد من إحدى الدول الغربية التي ارتبطت الدولة الشقيقة بعجلتها سياسيا وثقافيا عشرات السنين عبر الموجات الهيرتزية الأرضية بدون حاجة لحيازة الدش[٥].

وكان قد سبق لنا التنبيه بخصوص هذا البث في مداخلة لنا في المؤتمر الأول للمجلس الأعلى للشؤون الإسلامية في مارس عام ١٩٨٨م ، وتوالت كتاباتنا في هذا الخصوص في الصحف وفي مؤلفات ندوات ومؤتمرات على المستوى المحلي والقومي والعالمي .

وهنا ، لايمكن إغفال بعض كتابات أخرى أشارت في متنها إلى التأثير المتوقع من البث الوافد على مجتمعاتنا الإسلامية والنامية ، حيث انطلق معظم من كتبوا في هذا الموضوع في الوطن العربي من أن الغرب قد جمع لنا وحشد ، وأنه يهدف تدميرنا أخلاقيا وعقائديا...، خصوصا وقد رغبت بعض الدول الاستعمارية (سابقا) في مد فترة استعمارها في أفريقيا لمدة أطول (والاستعمار عندما يرحل يترك بصماته لمدة ٩٠ سنة) ؛ فقد سعت فرنسا ، وبتمويل خاص منها ، لإقامة محطات أرضية فوق أراضي بعض الدول الأفريقية ، بل ومصر أيضا ، لكي يصل بثها بلغتها إلى هذه الأراضي خارج القارة الأوروبية .

وهنا لا يمكن إغفال بعض كتابات أخرى أشارت في متنها إلى التأثير المتوقع من البث الوافد على مجتمعاتنا الإسلامية والنامية ، وقد انطلق معظم من كتبوا في هذا الموضوع من أن الغرب قد جمع لنا وحشد ، وأنه يهدف تدميرنا أخلاقيا وعقائديا ... حيث يرى أسعد ملي على سبيل المثال أن "البث الفضائي للقيم الغربية والغريبة يؤسس لعملية غسل الدماغ

---

[١] بث وافد على شاشات التليفزيون . مرجع سابق.

[٢] قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث . دار الفكر العربي ١٩٩٣م.

[٣] في كتابنا: وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ. مرجع سابق .

[٤] الدش والعولمة في قرية ماكلوهان الإليكترونية . مرجع سابق .

[٥] "البث الوافد ، هل هو شر لابد منه ؟" جريدة الحقيقة ١٤ أبريل عام ١١٩٢م ، ونشرنا هذه الكلمة بعد ذلك في ملحق لكتابنا: وسائل الإعلام الإليكترونية دار الفكر العربي ، ١٩٩٢م

والمنظمة بهدف خلق وعي مائع لا تربطه رابطة بمصالح مجتمعه وأمته الواحدة ، فثمة هدف تسعى الإيديولوجيا الغربية إلى الوصول إليه ، وهو السيطرة على العقول بعد أن أصبح من المتعذر السيطرة عليه جغرافيا" ويقول بأن "الإيديولوجيا الغربية تحاول إيهام العالم بأن وسائل إعلامها محايدة ، وهدفها نقل العالم الناسي من طور المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث" ، ويردد ما يقوله مؤرخ التليفزيون الأمريكي "إريك بانور" بأن **"هناك إيديولوجيا مضمرة حتى في الترفيه وقصص الخيال العلمي" ، فإن عنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس .**

ويصف طيب تيزيني التأثير السلبي للبث الفضائي بأنه مدمر ، ويقول بأن الوضع العربي الراهن يمثل بنية قابلة للاختراق بكثير من السهولة والطواعية ، ويعزو ذلك إلى أن الأمة العربية قد أصيبت بهزات عميقة من الداخل والخارج ، وأن علاقة "اللاتكافؤ" بين الوضع العربي والوضع الغربي (الأوربي والأمريكي)– والذي يقول إنه تبلور مع بداية التسعينيات – تكمن وراء خطورة البث الفضائي على المجتمع العربي ، وأن تجليات ذلك تظهر في ابتزاز المشاهد من خلال البرامج الرياضية هوسا للشباب ، والبرامج الفنية التي تجعل من الفن ظاهرة مرضية وأحاسيس متخلفة ، والبرامج الجنسية التي حولت المرأة إلى سلعة .

وقد بدأ باحثون آخرون يهتمون بدراسة تأثير الدش ، ورصدنا عدة أعمال في بعض الدول العربية للبحث عن هذا التأثير المتوقع ذكرنا بعضها من قبل ، كما نوقش بحث للطالبين خالد بن موسى وعبدالرحيم العطري عام ١٩٩٥م في الرباط بعنوان "ظاهرة انتشار الصحون الهوائية وانعكاساتها الإجتماعية على الشباب المغربي" وهي دراسة ميدانية لنيل دبلوم المعهد الملكي لتكوين الأطر ، ودراسة أخرى ركز فيها احمد بوضريف على "ظاهرة انتشار الصحون الهوائية وأثرها على نمط الاستهلاك التلفزي بالمغرب" .

ودعونا نفتح الأقواس هنا لكي نذكر "انطباع" لإحدى بناتنا في جامعة الملك عبدالعزيز بخصوص ما تستشعره من تأثير وصفته بأنه سلبي للدش حيث تقول : *"يضاف إلى جانب السلبيات التي تذكر للدش ، الزيادة من حب التظاهر ، وعدم اقتناع الفتاة بالشاب ذي الدين والخلق فأصبحت الفتاة لا تتمنى إلا شابا لديه فيلا وسيارة شبح ووسيم مثل حسين فهمي صاحب العيون الخضراء ووائل كفوري صاحب الشعر الناعم وراغب علامة صاحب البشرة البيضاء ... وهذا ما يصعب توافره في مجتمعنا صاحب الطبيعة الصعبة والبشرة السمراء ، وهذا من أهم الآثار التي أوصلت الفتاة الحالمة إلى سن العنوسة ، وهذا أيضا ينطبق على عدم رغبة الشاب في المجتمع نفسه من الزواج من بنت من بنات بلده السمراوات والتي تختلف شكلا ومضمونا عن بوسي ونوال الزغبي....* والموضوع في حاجة إلى دراسة ، خصوصا وبعض الشباب في هذه الدولة الشقيقة يرفض الزواج من فتيات يوجد ليهن دش في البيت مما يرفع من نسبة العنوسة في هذه الدولة . وتقول أخرى : *"البرامج الدش تأثير كبير على الأسرة بكاملها وعلى الأطفال بوجه خاص ، وأتكلم هنا عن طفل في السادسة من عمره ، ابن لأحد أقاربي ، الذي أصبح يردد كلمات من لهجات عربية غير سعودية (مثل كلمة البابا ، والماما ، وشوب (بمعنى حار) ، وامبلى (بمعنى نعم)"* .

وتأثير البرامج الوافدة *"بدأ يظهر في تصرفات الطفل السعودي وسلوكياته ، فقد أصبح الطفل يكره لبس الثوب الذي هو الزي الرسمي في السعودية ويكثر من ارتداء القميص والبنطلون أو "الشورت" لأنه يرى الأطفال في التليفزيون بهذا اللباس ، كذلك أصبح يميل إلى العدوانية لكثرة ما يراه من مسلسلات ورسوم متحركة تعرض في كثير من القنوات الفضائية وتميل إلى العنف في مشاهدها"...*

كل هذه الملاحظات ، وغيرها تصلح لكي تكون فروضا لدراسات مستقلة ، بعضها لمعرفة هذا التأثير الذي ينسب للدش على الطفل من النواحي السلوكية والنفسية بوجه خاص من خلال ما تروجه برامج الدش من مشاهد عنف ، عنف بدني بل وعنف لفظي ظهر على سبيل المثال في شهر يونيه عام ١٩٩٩م في برنامج "الشريعة والحياة" الذي يبث من قناة الجزيرة القطرية مع "فاكسات" ومداخلات تليفونية من المشاهدين للبرنامج على الهواء مباشرة وعاب واحد ممن سمح لهم بالمداخلة على الهواء في الرمز السياسي لدولة الكويت وترتب على ذلك إغلاق مكتب قناة الجزيرة القطرية الموجود في الكويت ، وإلغاء هذه الفقرة عندما أعيد بث البرنامج في اليوم التالي .

كذلك تروج القنوات الوافدة للغات أجنبية وللهجات محلية بدأ يظهر تأثيرها بوضوح من خلال احتكاكنا اليومي مع زميلات وطالبات في حامعة الملك عبدالعزيز... ، مما يتطلب القيام بدراسات قبل أن نسلم بهذه الحقائق حتى نستطيع الحياة مع غيرنا في النور . لذلك كان موضوع الدش من بين المحاور الرئيسية التي نالت اهتماما منا لمعرفة العوامل السسيولوجية التي لها علاقة بحيازة وسيلة إعلامية حديثة في دولة إسلامية محافظة ، في دراسة عن **وسائل الإعلام في إطار وقت الفراغ** طبقناها على عينة قوامها ١١٥٧ مفردة من الذكور والإناث ممن يبلغون من العمر ١٨ سنة فأكثر من سكان المنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية . وفيما يلي بعض النتائج ، والتي نقارنها من حين لآخر بنتائج دراسات أخرى أجريت في دمشق وغيرها .

أولا ــ حيازة دش في دولة عربية إسلامية

(أ) اتخاذ قرار الحيازة

١ ــ المعارضة في دخول الدش البيت السعودي

لاقى دخول الدش البيت السعودي معارضة بنسبة ٨. ١٨% (٢١٧ مفردة من ١١٥٧) ، أي بنسبة ١. ٤٠ % من بين حائزي هذه الوسيلة . وكانت المعارضة من قبل الأم في الأسرة أكثر من أي فرد آخر بها ، ثم بنات الأسرة ، وكذلك الأخ الأكبر ــ حتى في حالة إقامته بعيدا عن الأسرة ــ والجد ، والخال ... والجدول التالي يحدد هوية الشخص ، أو الأشخاص ، الذين عارضوا دخول الدش البيت في المملكة السعودية .

جدول رقم "٧" المعارض للدش

عارض في حيازة الدش	التكرار	النسبة % في إجمالي (حجم العينة ١١٥٧)	النسبة % بين من لديهم دش (٥٤١)
الأم	١٠٢	٨. ٨	١٨. ٩
الأب	٤٦	٤	٨,٥
الابنة	٣٨	٣. ٣	٧
الابن	١١	١	٢
آخر	٢٤	١. ٥	٤. ٤

وعند السؤال عن أسباب المعارضة في إدخال الدش البيت ، خرجنا بالأسباب التي يعرضها الجدول التالي" مرتبة تنازليا حسب عدد مرات تكرارها ، وحيث يمكن وجود أكثر من سبب بالنسبة لبعض الحالات .

جدول رقم "٨"
يوضح أسباب معارضة حيازة الدش

أسباب معارضة حيازة الدش	التكرار	النسبة % في إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % بين معارضي إدخاله البيت (٢١٧)
أسباب دينية	١٦١	١٩ .٩	٧٤,٢
أسباب أخلاقية	١٤٥	١٢ .٥	٦٦,٨
أسباب اقتصادية	٧	٠ .٦	٣,٢
أسباب أخرى	٢٦	٢ .٢	١٢

وقد جاء في فئة "إجابات أخرى" ، أن *"المعارضة كانت دينية لأنه أدخل البيت في شهر رمضان وبعض القنوات تعرض أشياء مخلة بغض النظر عن الأغاني..."* ، و*"حتى يستطيع الأبناء التركيز في المذاكرة"* ، و*"مضيعة للوقت"* ، و*"يلهي عن الدراسة"* ، و*"تقليل وقت المذاكرة"* ، و*"يؤثر في البحث عن الثقافة في الكتب"* ، و*"خوفا من أن نرى أفلاما تغضب الله أو قنوات غير أخلاقية فتم حذف هذه القنوات واكتفى بالقنوات العربية"* (ونشير هنا إلى أن بعض أجهزة الاستقبال ، الريسيفر ، مزودة بإمكانيات توفر التحكم في مشاهدة قنوات بعينها حيث يستطيع من يريد قفل القنوات التي لا يريد أن يراها الأطفال مثلا ، أو عدم "برمجتها" من البداية) .

٢ ــ صاحب قرار الحيازة

اتخاذ قرار إدخال الدش البيت السعودي ، والذي يعني قبول التعرض للبرامج الأجنبية الوافدة عبر الأقمار الصناعية ، يلاحظ أن **الأب في العينة المدروسة هو في الغالب صاحب القرار** ، الذي هو قرار سيادي (فهو موقف يعبر عن مركز الأب صاحب القرار في البيت السعودي كما هو موافقة على **دخول وافد أجنبي إلى البيت**) ، إلا أنه قرار اقتصادي بالدرجة الأولى .

ثم يأتي **الابن** ــ وهو صاحب قرار في المجتمع المدروس ربما في حالة غياب الأب ــ فنحن لا يجب أن نغفل أننا هنا بصدد الحديث عن تقنية حديثة تجذب الشباب من الجنسين أكثر من كبار السن التقليديين ، وقد يفسر هذا مجيء **الابنة في مرحلة متقدمة عن الأم في هذه الدراسة بخصوص اتخاذ قرار إدخال الدش البيت السعودي** . وغني عن القول هنا ، بأن **تعليم الفتاة في الأسرة السعودية قد ولد لديها تطلعات** جعلتها تطالب بإدخال الدش البيت ، وذلك ربما لمعرفة ما يقدم على شاشات تليفزيونات دول أخرى ، ولهن تجربة سابقة ــ بالنسبة للعينة المدروسة من المنطقة الغربية في السعودية ــ في البرامج التي تقدمها قناتان للتليفزيون المصري والتي يمكن استقبال بثهما صيفا في جدة عبر موجات الطيف الترددي (الهيرتزية) بالهوائيات العادية التي تستقبل بها برامج القناتين السعوديتين . والجدول التالي يحدد صاحب فكرة إدخال الدش البيت بالنسبة للعينة المدروسة .

جدول رقم "٩"
صاحب فكرة إدخال الدش المنزل

صاحب فكرة إدخال الدش	التكرار	النسبة % في إجمالي (حجم العينة ١١٥٧)	النسبة % لدى من لديهم دش (٥٤١)
الأب	٢١١	١٨,٢	٣٩
الابن	١٥١	١٣,١	٢٧,٩
الابنة	٨٤	٧,٣	١٥,٥
الأم	٦٤	٥,٥	١١,٨
إجابات أخرى	١٣١	١١,٣	٢٤,٢

يلاحظ من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة "إجابات أخرى" والتي تضم من ذكر "أكثر من فرد في الأسرة" أو أن "جميع أفراد الأسرة متفقة في الرأي" ، أو "جميع الأبناء" ، أو "الأب والأم معا" ، أو ذكروا أفرادا آخرين مثل العم أو العمة أو الخال أو الابن الأصغر أو ابن عائلة أخرى تقيم في المبنى ، أو "سكان العمارة" ، أو أنه "كان في المجمع السكني قبل الانتقال للإقامة فيه" ، أو "الشركة التي يقيمون في مساكنها"...

(ب) الدوافع التي تختفي وراء اتخاذ قرار الحيازة

عند السؤال عن الأسباب التي تختفي وراء التفكير في اتخاذ قرار إدخال الدش البيت لمعرفة الدوافع ، نشير إلى أن الدافع وراء حيازة التليفزيون هو التسلية بالدرجة الأولى وهي مسألة صحية وطبيعية أن تكون التسلية هي الدافع الأقوى لحيازة التليفزيون ، فنحن في حاجة إلى أن "نروّح عن القلوب ساعة" ، ولا ننسى في هذا الموضع الجملة التي قالها الملك فيصل رحمه الله عندما سئل عن التليفزيون فقال إنه "تسلية بريئة" . والفرد ينبغي أن يعرف كيفية "الاستفادة معرفيا وثقافيا من الوسيلة دون شطط ودون تطرف ودون شعارات ، مثل *التليفزيون مدرسة والتليفزيون وسيلة لتحقيق التنمية*...(كما يقول الزميل السوري أديب خضور) " ، إذ ينبغي الاعتراف صراحة بأن التليفزيون وظيفته الأولى التي تختفي وراء دوافع حيازته هي التسلية ، وإن كنا نرى أن على التليفزيون في الدول النامية مسؤولية لا تقل عن مثيلتها بالنسبة لأي مؤسسة "ثقافية" أخرى .

أما حيازة "التليفزيون الدولي" ، الدش ، في عينتنا التي تم استخراجها من المنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية ، فقد كان الدافع الأساسي الذي يختفي خلفها هو "معرفة ما يحدث في العالم" والذي تردد هنا من أكثر من نصف حجم العينة ممن لديهم دش . والظواهر تنشأ وتدرس وتحلل في التاريخ والمجتمع ، وليس خارجها ، ويبدو لنا أن هذه الإجابة لم تأت من فراغ ، ولكنها بنيت عن تجربة عاشها المبحوثون مع شبكة "السي إن إن" (CNN) إبان حرب تحرير الكويت ، في حين توصل أديب من بحثه الذي أجراه على حائزي الدش في مدينة دمشق إلى أن "التسلية هي الدافع المنفرد الأقوى لاقتناء الصحن اللاقط ، الدش واستقبال البث الفضائي (٣. ٣٠%) ، يليه دافع مشاهدة مادة تليفزيونية موضوعية ومتوازنة ومتطورة (٤. ٢٣%) . ويشغل المرتبة الثالثة دافع الهروب من واقع التليفزيون المحلي (٢. ١٧%) ، والمعرفة والاطلاع (٧. ١٣%) ، ثم تأتي الدوافع الاجتماعية مجتمعة : المظهر الاجتماعي (٤. ٣ %) وضغط الأولاد (٧. ٢%) وضغط الزوجة

(٩. ٨%) . ويقول الباحث إنه " في ضوء بقية المعطيات الخاصة بالبحث ، تعتبر هذه النتائج مفهومة ومعقولة ، وأنه أمام جمهور تليفزيون عادي وطبيعي يفهم وسيلته ، ويعرف مـــاذا يريد منها ، ولا يخجل من دوافعه ، ولا يستحي حتى من عقده" . ولكن قوة الدافع الإعلامي والمعرفي (دافع مشاهدة مادة موضوعية متوازنة ، ودافع توسيع وتنويع المعارف والاطلاع ، يشكلان معا نسبة ٣٧,١ % بحيث يتقدمان معا على دافع التسلية بالنسبة لعينة دمشق وتقترب هذه النتيجة مع ما توصلنا إليه في بحثنا عن الدش في المملكة العربية السعودية .

وقد جاء في البديل "أسباب أخرى" بالنسبة لحيازة الدش في العينة المدروســة فــي المملكة العربية السعودية ، "متابعة البرامج الرياضية العالمية" و"مشاهدة البــرامج الرياضــية على الهواء" و"مباريات كرة القدم والتعليق عليها " ، و"لمشاهدة الأحداث على الحقيقة" و"آخر أخبار الساعة" ، و"زيادة المعرفة الثقافية"، بل و"محاولــة تقيــيم الفــرق بــين التليفزيونــات العربية"(٣٠ سنة ويعمل في البنك الإسلامي ويتابع باهتمام الشبكتين CNN وCFI) ، وعنــد سؤاله عن أهم الأخبار التي يتذكرها حدد بالترتيب : "تحرير الكويت"، ويذكر المبحوث هنــا كل البدائل المطروحة ماعدا "تقليد الآخرين وذلك من "MBC" و"التعرف على فيروس الإيــدز واكتشافه على نطاق العالم من CNN" و"تحطم جــدار بــرلين واتحــاد ألمانيــا مــن "CNN" و"وصول المنتخب السعودي إلى كأس العالم لأول مرة فــي تاريخــه مــن القنــاة الأولــى السعودية" (والتي هي قناة فضائية في الوقت نفسه) .

جدول رقم "١٠"

أسباب التفكير فى إدخال الدش البيت

سبب التفكير في إدخال الدش البيت	التكرار	النسبة % في إجمالي حجم العينة (١١٥٧مفردة)	النسبة % بين من لديهم دش (٥٤١ مفردة)
معرفة ما يحدث في العالم	٣٢٦	٢٨ .٢	٦٠,٢
مشاهدة برامج لا يقدمها التليفزيون السعودي	٢٥٠	٢١ .٦	٤٦,٢
مشاهدة برامج أكثر	٢٣٧	٥,٢٠	٤٣,٨
مشاهدة منوعات عربية	١٢٦	١٠ .٩	٢٣,٣
مشاهدة أفلام عربية	١٠١	٨ .٧	١٨,٧
مشاهدة أفلام أجنبية	٩٧	٨ .٤	١٧,٩
شيء جديد	٨٢	٧ .١	١٥,٢
مشاهدة منوعات أجنبية	٥٩	٥ .١	١٠,٩
تقليد الأخرين	١٠	٠ .٩	١,٨
أسباب أخرى	٦٧	٥ .٨	١٢,٤

ثانيا ــ تأثير للدش في المملكة العربية السعودية

(ب) تأثير الدش على وسائل الإعلام الإليكترونية الأخرى

ركزت كل الدراسات السابقة التي قام بها غيرنا للبحث عن تــأثير الــدش علــى الأسرة متناسين تأثير الدش على وسائل الإعلام الأخرى التي هي أيضا ظاهرات إجتماعية تؤثر في بعضها بعضا . ولكن ، في إطار سسيولوجية وقت الفراغ ، يمكــن معرفــة تــأثير

دخول وسيلة جديدة ، في استقطاب "زبائن" ، او بعض زبائن ، الوسائل التي سبقتها في الظهور ، حتى أن هناك من تصور يوما بأن الوسيلة الجديدة من الممكن أن تضرب الوسيلة الأقدم منها في مقتل وتمسحها من الوجود . ونفتح الأقواس هنا لكي نقول إن إحدى طالبتاتنا في جامعة الملك عبدالعزيز قد لاحظت (كما لاحظنا نحن أيضا) أنه عندما سألنا طالباتنا عمن شاهدت منهن التليفزيون السعودي في اليوم السابق كان الرد بالإيجاب من قبل طالبة واحدة ، وعند تعميم السؤال عن مشاهدة التليفزيون من أي قناة غير سعودية رفعت ثلاثة أرباع القاعة على الأقل أيديهن بالإيجاب ، مما يشير إلى **الانصراف عن التليفزيون القومي والإقبال على التليفزيونات الأخرى** . وتقول إحدى طالباتنا أيضا إنها عندما تسأل بعض من تعرفهم عن مشاهدة القناة الأولى السعودية ولو مرة واحدة في الأسبوع يكون الرد بسؤال ساخر هو :"هل هي مازالت موجودة حتى الآن ؟" (هذه القناة من أوائل القنوات الفضائية العربية التي تبث أيضا عبرالقمر الصناعي للوصول بالتليفزيون القومي إلى أماكن لا يصلها البث العادي) .

وفي دراستنا عن سسيولوجة وسائل الإعلام في السعودية ، بحثنا تأثير الدش ـــ بكل القنوات الفضائية التي ينقلها للمشاهد بلمسة فقط من إصبعه ـــ تأثيره على كل من التليفزيون القومي والفيديو ووصلنا إلى النتائج التالية:

١ـــ تأثير الدش على مشاهدة برامج التليفزيون

في دراسة سابقة لنا ، وفي إطار سسيولوجية وقت الفراغ ، وللإبهارالذي يمكن أن يكون للقنوات الفضائية والتي عرفناها في مصر مع دخول القناة الإخبارية **CNN** مع حرب تحرير الكويت ، حذرنا من أن هذه القنوات الأجنبية يمكن أن تسحب البساط من تحت أقدام التليفزيون المصري .

وفي هذا البحث الذي طبقناه في المملكة العربية السعودية ، تأكدت لنا صحة مخاوفنا من هذا الوافد الجديد وتأثيره على مشاهدة برامج التليفزيون القومي في المجتمع المدروس ، حيث رد بالإيجاب عن السؤال الخاص بتأثير الدش على مشاهدة التليفزيون ٤٠٠ مفردة بنسبة ٧٣,٩% ممن لديهم دش ، و١١٦مفردة بنسبة ٢١,٤% فقط نفوا تأثير دخول الدش على مشاهدتهم التليفزيون السعودي ، وظلت ٢٥ مفردة بنسبة ٤,٦% ممن لديهم دش بدون إبداء رأي في هذا الخصوص.

وعن نوع هذا التأثير الذي يمكن أن يكون للدش على مشاهدة برامج التليفزيون السعودي وجدنا ٢١٦ مفردة بنسبة ٣٩,٩% ممن لديهم دش في العينة المدروسة لم تعد تشاهد برامج التليفزيون السعودي ، ١٩٨ مفردة بنسبة ٣٩,٦% من مشاهدي الدش قلت مشاهدتهم لبرامج التليفزيون السعودي .

٢ـــ تأثير الدش على التعرض للفيديو

يقال ، إن طهور وسيلة للإعلام حديثة يؤثر على الوسيلة أو الوسائل الأقدم منها ويهدد وجودها ، خصوصا إذا كانت الوسيلة الأحدث تشبع للفرد الحاجات نفسها التي توفرها له الوسيلة الأقدم ، ويزيد التهديد كلما كانت الوسيلة الأحدث توفر للفرد إشباع هذه الحاجات بدرجة أكبر وبصورة أجود . ودخول الدش المنزل قد يكون له أثره على وسيلة أقدم منه

وهي الفيديو ، بكل خصائصه التي تميزه عن غيره من الوسائل الأخرى ، والذي يوفر للفرد مشاهدة مواد لا يقدمها له التليفزيون ، سواء من حيث الكم أو من حيث الكيف والمضمون...

وقد يعني دخول الدش المنزل انتهاء عصر الفيديو واختفاءه نهائيا من حياة الأسرة ، إذ إن هذا الجهاز الجديد ، الدش ، يقدم ما عنده من مصادر متعددة على مدار اليوم طوال أربع وعشرين ساعة متصلة ، مما يوفر للمشاهد معرفة وجهات ظر مختلفة بالنسبة لبعض القضايا ، ونوعيات متعددة من المواد الترفيهية وبرؤى متعددة...

وقد لوحظ من إجابات عينة الدراسة لبحث سابق أجريناه في مصر على عينة من حائزي الدش أن مشاهدة الفيديو قد تأثرت بالدش الوافد الجديد على النحو التالي :

- ٢٠,٢% أجابوا بنعم على الحرص على مشاهدة الفيديو في المنزل
- ٥٠,٣% أجابوا بكلمة أحيانا
- ٢٠,٢% أجابوا بالنفي على هذا السؤال
- ٩,٣% لم يجيبوا عن السؤال

وهكذا يمكن القول بأن أغلب من يمتلكون الدش مازالوا يستخدمون الفيديو في التسجيل ، ربما أكثر من ذي قبل لتنوع برامج الدش . فهم يحتاجونه لتسجيل بعض البرامج واللقاءات والأفلام والمنوعات...مما يبث من بعض القنوات الفضائية ، هذا إلى جانب استخداماته الأخرى في المناسبات الخاصة بالأسرة وفي المواد التعليمية وكرتون الأطفال، وإن كان قد قل استخدام الفيديو من ناحية عرض البرامج مسبقة التسجيل .

وبسؤال من نفوا مشاهدتهم الفيديو بالنسبة للعينة المدروسة في مصر ، ظهر صراحة أنه بسبب وجود الدش وذلك ضمن أسباب أخرى على النحو التالي:

- عدم وجود وقت
- يفضل مشاهدة برامج التليفزيون من الدول الأخرى ، أو يفضل مشاهدة التليفزيون ، أو لوجود الد.
- غير مهتم – أو غير راض– بما يوجد على شرائط الفيديو
- عدم وجود أفلام جديدة وجيدة تفضيل الذهاب إلى السينما إذا كان الفيلم هادفا ومفيدا ، أو الذهاب للمسرح

والتميز باقتناء شيء جديد والذي يتسم به حائزو الدش يجعلنا نتوقف أمام حيازتهم لجهاز الفيديو ، ونتصور وجود هذا الجهاز لديهم قبل الدش . وفي البحث الذي أجريناه في السعودية [1]، اتضح أن ٣٠١ مفردة بنسبة ٢٦% من إجمالي حجم العينة المدروسة (١١٥٧مفردة) ذكروا أن لديهم الدش ولديهم أيضا الفيديو ، ويمثلون نسبة ٥٥,٥% من حائزي جهاز الفيديو ، ونسبة ٥٤,٩% من حائزي الدش ، ونحن في هذه العينة أمام نسبة تصل إلى ٧٠,٩% من الحجم الإجمالي للعينة المدروسة لديهم الدش والفيديو معا وذلك من بين من أجابوا عن أسئلة الحيازة الخاصة بالدش والخاصة بالفيديو (١١٣٣ مفردة بنسبة ٩٧,٩% من حجم العينة) .

---

(1) انظر كتابنا: وسائل الإعلام في إطار سيسيولوجية وقت الفراغ. مرجع سابق.

وهذه النتيجة ، التي تشير إلى وجود الدش في البيت أحيانا مع عدم وجود الفيــديو ، قد ترجع إلى عدم دخول الفيديو إلى البيت أصلا وتخطي الدش تقنية الفيديو الأقدم منه (فهــو أسهل من ناحية الاستخدام عن الفيديو وليست له تكاليف إضافية أو مشقة بعد حيازتـــه التـــي للفيديو) ، وهو ما شاهدناه في **دولة أفريقية على الأقل دخلت عصر الدش والأقمار الصناعية مباشرة دون المرور حتى بتكنولوجيا التليفزيون** ، كذلك قد تعني النتيجة المذكورة هنـــا أن الأسرة قد تخلصت من جهاز الفيديو بعد حيازة الدش . ولكن الاحتفاظ بالفيديو مـــع دخـــول الدش قد لا يعني استخدام الفيديو في الأغراض نفسها التي كانت له قبل حيازة الدش... ونحن هنا أمام فروض عديدة يمكن طرحها للدراسة فيما بعد ، حيث **نميل إلى القول بأن الوســيلة الجديدة لا تقتل شقيقتها الأقدم منها والتي قد تتحول أغراضها عندئذ بوجود الأحدث منها .** ولعل بقاء الراديو بعد ظهور التليفزيون مثال واضح لما نقصده هنا .

ومن الجدير الذكر أيضا أن البحث المذكور هنا قد باحت نتائجه عن **وجود علاقــة بين حيازة الدش وحيازة الفيــديو** في العينة المدروسة ، فقد بلغت دلالة مربـــع كـــاي هنـــا 000000 ، وهي أصغر من مستوى الثقة ٠,٠٥ مما يجعلنا نرفض فرض العدم وذلك بدرجة ثقة ٩٥% .

ورأينا أيضا أن بعض المبحوثين في هذه الدراسة لم يستغنوا عن الفيديو بعد دخـــول الدش المنزل ، حيث أفصح هؤلاء عن أنهم يسجلون بعض مواد من الدش ، إما للإحتفاظ بها في مكتبتهم الخاصة أو لتبادلها ولإعارتها لآخرين خصوصا لمن لم يدخل الدش بعد بيتهم.

وبالسؤال عما إذا كان الدش قد أثر على التعرض للفيديو خرجنا بنتيجة تؤكد ذلــك من ٣٥٥ مفردة بنسبة ٦٥,٥% ، ونفى ذلك ١٠٩ مفردات بنسبة ٢٠,١% ممـــن لـــديهم دش وبصرف النظر عمن ليس لديهم فيديو منهم ، وبقيت نسبة ٦,٧% (٧٨ تكرارا ممـــن لـــديهم دش) بدون إجابة عن هذا السؤال .

وعن نوع تأثير الدش على التعرض للفيديو خرجنا بنبيجة مفادها أن المبحوث فـــي العينة المدروسة لم يعد يشاهد الفيديو (٢٠٥ تكرارات بنسبة ٣٧,٩% بـــين مـــن لـــديهم دش وبصرف النظر عمن ليس لديهم فيديو منهم) ، وقد قلـــت مشـــاهدة الفيـــديو لـــدى بعـــض آخر(١٧١تكرار بنسبة ٣١,٦%) .

٣ـ تأثير الفيديو على التعرض لبرامج الدش

بعض الناس قد يدخلون عالم الدش مباشـــرة قبل المرور بتقنية الفيديو كمـــا ذكرنـــا سابقا ، ولكن الشائع هو المرور بتكنولوجيا الفيديو قبل الدخول إلى عالم الدش ، حيث الفيديو موجود في السعودية قبل دخول الدش بأكثر من عشر سنوات . وقد لاحظنـــا فـــي الســـطور السابقة أن الدش قد قضى على الفيديو لدى بعض الحالات المدروسة ، ولكنه مازال موجـــودا لدى الغالبية ممن اشتروا الدش حيث **يلاحظ تكاملا وتعاونا بين التقنيتين** ؛ فلم تلـــغ التقنيـــة الحديثة الأقدم منها ، بل رأينا التقنية الأقدم هنا ، الفيديو ، تحتضن التقنية الجديدة ، الـــدش ، حيث يساعد الفيديو في ترويج ما يقدمه الدش ، وذلك من خلال تسجيل برامج الدش وتبادلهـــا مع آخرين. فقد وجدنا الدش والفيديو معا لدى ٤٣١ مفردة وبنسبة ٣٧,٢% من إجمالي حجـــم العينة ، حيث ذكر ١٥٠ منهم (بنسبة ٣٤,٨%) أنهم يسجلون من الدش ، ذكر مـــنهم ١٢٣

مفردة (بنسبة ٢٨,٥%) تاريخ آخر مرة سجلوا فيها من الدش ، هذا ولم يتذكر ٢٧ مبحوثا بنسبة (٢,٣%) متى كانت آخر مرة سجل فيها من الدش .

والفيديو هنا يستخدم في تسجيل مواد من الدش وخصوصا مواد التسلية (منوعات عربية وأجنبية وكذلك الأفلام وأهمها الأجنبية وذلك بنسبة فارقة بينها وبين تسجيل الأفلام العربية والتي تتكرر على الشاشة الصغيرة ؛ فقد رأينا مثلا أحد الأفلام المصرية تبث ثلاث مرات في يوم واحد على ثلاث قنوات فضائية .

وقد كشف البحث عن أسباب متعددة تختفي وراء تسجيل برامج من الدش ، أهمها من حيث عدد مرات التكرار أن التسجيل "هواية" بالنسبة لبعض المبحوثين وهذا يشير إلى نوع من التأثير الذي يمكن أن ننسبة للفيديو على الدش ، كذلك ظهرت الإجابة الدالة على إعارة شريط الفيديو المسجل من الدش لآخر وهذا يجعل أناسا ليست لديهم هذه التقنية (Hardware) تتعرض للدش من خلال هذه البرامج المسجلة (Software) مما يوسع من جمهور الدش ، بالإضافة إلى ما ظهر في البحث(وما لمسناه شخصيا بالنسبة لبعض الأسر السعودية) من أن بعض الأفراد يتعرضون للدش لدى الأقارب والأصدقاء، بل وفي مكان العمل. كذلك ظهرت الرغبة في تكوين مكتبة خاصة بشرائط مسجلة من الدش ، ربما لخبرة هؤلاء السابقة بالمكتبة ، حيث وجدنا احتمال قيام علاقة بين حيازة الدش ووجود مكتبة للكتب في المنزل بالنسبة للعينة المدروسة ، وهؤلاء يرون شريط الفيديو من الوسائل التي يمكن أن تحفظ المعلومات لحين وجود حاجة إليها .

والجدول التالي يبين المضمون الغالب على الأشرطة المسجلة من الدش في العينة المدروسة مرتبة تنازليا وحيث يمكن الإجابة بأكثر من بديل .

جدول رقم "١١"
المضمون الغالب على شرائط الفيديو المسجلة من الدش
لدى من يسجلون من الدش (١٥٠ مفردة)

المضمون الغالب	التكرار	النسبة%	المضمون الغالب	التكرار	النسبة%
ترفيهي	٧٩	٥٢,٧	ثقافي	٢٤	١٦
أفلام	٥٩	٣٩,٣	مسرحيات	١٦	١٠,٧
مباريات كرة قدم وكرتون أطفال	٤٠	٢٦,٧	اجتماعي	١١	٧,٣
مسلسلات	٢٨	١٨,٧	ديني	٧	٤,٧

بيانات الجدول عاليه تشير إلى أن المادة الدرامية (أفلام ومسلسلات ومسرحيات) تشكل نسبة كبيرة في شرائط الفيديو المسجلة من الدش ، ومعظم المواد المسجلة هي مواد ترفيهية بالدرجة الأولى . أما المواد الثقافية ، فهي موجودة على شرائط الفيديو المسجلة من الدش ولكن بنسبة أقل بكثير من المواد الترفيهية خصوصا بعد إضافة الفئة الخاصة بالمباريات الرياضية والكرتون . باختصار ، يمكن القول بأن الدش وسيلة ترفيهية لشغل وقت الفراغ بالنسبة للعينة المدروسة ، وهذا يتوافق مع ما توصل إليه أديب خضور في بحثه الذي

طبقه على عينة من حائزي الدش في دمشق وعلى النائج التي توصلنا نحن إليها في بحثنا عن حائزي الدش في مصر ...

وعما إذا كان المبحوثون يعيرون شرائط الفيديو المسجلة من الدش لآخرين اتضح من الدراسة أن نسبة منهم تفعل ذلك أحيانا (١٢٢ تكرارا بنسبة ١٠,٥% من إجمالي حجم العينة) ، وقلة منهم يفعلون ذلك كثيرا (٢٢٤ تكرارا بنسبة ١٩,٤% من إجمالي العينة) ، ومثلهم لا يفعلون ذلك ، إما لأنهم لا يسجلون شيئا من الدش حتى لو كان لديهم فيديو ، أو لأن شرائطهم والتي يسجلونها لكي تكون لديهم في مكتبتهم الخاصة بهم لا يسمحون لآخر أو لآخرين "باستخدامها" .

(ب) تأثير الدش على الأسرة

يرى بعض المبحوثين هنا أن الدش أصبح شيئا ضروريا (٢١٢ تكرارا بنسبة ١٨,٣% من إجمالي حجم العينة وبنسبة ٣٩,٢% من حائزي الدش) ، بينما العدد الأكبر من حائزي الدش يرى أنه يمكن الاستغناء عنه (٢٣٣ تكرارا بنسبة ٤٣,١% من حائزي هذه التقنية) ، وبقي بعض المبحوثين بدون إبداء رأي في هذا الخصوص [١] .

جدول رقم "١٢"
الأسباب التي تجعل من الدش ضرورة

الأسباب التي من أجلها أصبح الدش شيئا ضروريا في المنزل	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)
فتح نافذة على العالم من الصعب بعد ذلك غلقها	١٤٠	١٢ .١
التعود عليه	١٠٣	٨ .٩
يثير موضوعات تصبح محورا للحديث	٧١	٦ .١
يشغل وقت الإناث في المنزل	٥٣	٤ .٦
يجمع أفراد الأسرة وقتا أطول في المنزل	٣٣	٢ .٩
يملأ وقت الأطفال في المنزل	٣١	٢ .٧
مؤشر للمكانة الاجتماعية	٤	٠ .٢
دليل على المستوى الاقتصادي للأسرة	٣	٠ .٢

الجدول السابق يوضح الأسباب التي من أجلها يرى بعض المبحوثين في هذه الدراسة أن الدش أصبح شيئا ضروريا في المنزل ، هذا إلى جانب أسباب أخرى ترددت في فئة "إجابات أخرى" ولكن بنسب لا تكاد تذكر ، وبيانات الجدول تؤكد هنا على ما سبق قوله **بأن الدش أصبح ظاهرة اجتماعية في المجتمع المدروس ومن الصعب بعد ذلك الاستغناء عنه بالنسبة لبعض الأفراد على الأقل....**

---

[١] أنظر أيضا كتابنا: الدش والعولمة....مرجع سابق.

وإلى جانب ما تشير إليه الإجابات من فوائد للدش ، يرى ٣٢٣ مبحوثا بنسبة ٢٧,٩% من إجمالي العينة وبنسبة ٥٩,٧% ممن لديهم دش أن لهذا الدش فوائد أخرى لمسها المبحوث شخصيا نقدمها للقارئ في الجدول التالي مرتبة تنازليا بحسب عدد مرات تكرارها مع عدم إغفال وجود فوائد أخرى غيرها ولكن بنسب قليلة .

جدول رقم "١٣"

الفوائد التي لمسها المبحوثون شخصيا للدش

فوائد للدش التي لمسها المبحوث شخصيا	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % لدى من لديهم دش (٥٤١)
يجعل المشاهد علىعلم بكل ما يحدث فى العالم	٢٨٠	٢٤ ،٢	٥١,٨
يثقف المشاهد	٢٢٧	١٩ ،٦	٤٢
يقدم برامج مستحيل مشاهدتها على شاشة التليفزيون السعودي	١٤٧	١٢ ،٧	٢٧,٢
يثير موضوعات تصلح محورا للحديث مع آخرين	١٣٤	١١ ،٦	٢٤,٨
يشغل وقت الأطفال	٥٥	٤ ،٨	١٠,٢

١ـ تأثير إيجابي للدش : تدعيم الاتصال الشخصي

بالرغم من أن بعض الباحثين يشيرون إلى أن وسائل الإعلام الإليكترونية ، وخصوصا التليفزيون ، لها تأثير سلبي على الحوار والاتصال الشخصي بين أفراد الأسرة ، إلا أننا في هذه الدراسة ، وكما ظهر في دراسة سابقة لنا عن نشرات الأخبار ، نكتشف أن برامج التليفزيون ، ونخص هنا البرامج الوافدة عبر الأقمار الصناعية والتي تستقبل منها بوساطة الدش ، يمكن أن تخلق لدى بعض مشاهديها موضوعات للحديث مع آخرين من داخل الأسرة ومن خارجها ، حيث كانت نتيجة السؤال بالنسبة لمن أجابوا عن هذا السؤال وعددهم ٥٣٣ مفردة ويتحدثون عن برامج الدش ، أن " كثيرا ما يحدث ذلك" (٨٢ مفردة بنسبة ١٥,٤%) ، "وأحيانا يحدث ذلك " (٣٢٤ مفردة بنسبة ٦٠,٨%) ، وهذه النتيجة لمسناها في فرنسا بالنسبة لوسيلة تقنية حديثة أخرى وهي الإنترنت الذي نخصص له المبحث التالي .

والبرامج التي يشاهدها المبحوثون من الدش ترتفع في هذه العينة نسبة الحديث عنها خصوصا مع الأصدقاء (٢٢٠ تكرار بنسبة ١٩% من إجمالي حجم العينة) ، ومع الأقارب (١٢٠ تكرار بنسبة ١٠,٤%) ومع الزملاء في العمل (١١٢ تكرار بنسبة ٩,٧%) ومع الزملاء في الدراسة (١٠٤ تكرارات بنسبة ٩%) ، ومع فرد من أفراد الأسرة (٩٩ تكرارا بنسبة ٨,٦%) ، ومع الجيران (٤٤ تكرارا بنسبة ٣,٨%). ولكن ليست لدينا أدلة إحصائية كافية تسمح بالقول بوجود علاقة بين إثارة برامج الدش لموضوعات للحديث وبين المستوى التعليمي ، وإن كانت نسبة ٧٩,٤% من المستويات التعليمية المنخفضة يتحدثون عن برامج يشاهدونها في الدش مقابل ٧٢,٧% من بين الحاصلين على الثانوية العامة فأكثر يفعلون ذلك ، وهذا يحسب للدش حيث استطاع الدش بالنسبة للمجتمع المدروس أن يثير لدى مشاهديه موضوعات تصلح للحوار وخصوصا بين أصحاب المستويات التعليمية المنخفضة .

كذلك ظهرت في البحث ثمة علاقة بين نوع المبحوث وبين إثارة برامج الدش لموضوعات للحديث وخصوصا لدى الإناث ، حيث كانت نسبة من يتحدثن عن برامج الدش بين الإناث في العينة المدروسة ٨٠,٥% بينما نسبة الحديث عن برامج الدش في فئة الذكور ٦٩,٣% ، وهذه النتيجة تحسب أيضا لصالح الدش ، الذي استطاع أن يخلق موضوعات للحوار ، مهما كانت نوعية هذه البرامج موضع النقاش ، والأدلة كافية هنا للقول بأنه **توجد علاقة بين الجنس والحديث عن موضوعات يثيرها الدش لصالح الإناث .**

كذلك الوضع بالنسبة للسن حيث توجد **علاقة بين متغير الحديث عن برامج الدش وبين متغير السن لصالح صغار السن منهم** ، فقد كانت نسبة من يتحدثون عن برامج الدش ممن هم أقل من ٣٠ سنة ٧٨,٥% مقابل ٢١,٥% من الفئة السنية لا تثير برامج الدش لديهم موضوعات للحديث مع آخرين ، بينما نسبة من تثير لديهم برامج الدش موضوعات للحديث بين من يبلغون من السن ٣٠ سنة فأكثر ٧٠,٧% مقابل نسبة ٢٩,٣% لا تثير برامج الدش لديهم موضوعات للحديث مع آخرين .

خلاصة القول هنا ، **هي أن برامج الدش تثير موضوعات للحديث بين فئات الإناث وبين محدودي التعليم وبين صغار السن** ، ويمكن الاستفادة من هذه النتيجة في مجالات التنمية حيث يمكن أن تنسحب هذه النتيجة على برامج التليفزيون بصفة عامة .

٢ــ تأثير سلبي للدش : التعرض لبرامج خارجة

يشغل التأثير السلبي للدش فكر كثير من الباحثين ونحن منهم ، وذلك على المستوى الأخلاقي والاجتماعي والعقدي والثقافي والسياسي ....، وخصوصا بالنسبة للأطفال والشباب . وبالرغم من إيماننا الكامل بما جاء في الحديث النبوي الشريف "كلكم راع وكل راع مسؤول عن رعيته ..." ، إلا أننا نؤمن كذلك بأن "كل نفس بما كسبت رهينة" . صدق الله العظيم (المدثر :٣٨) ، و"على نفسها جنت براقش" كما نقول نحن العرب ، ولكن "من رأى منكم منكرا فليغيره..." كما جاء في الحديث النبوي الشريف .

وعن صحة ما يقال بأن بعض الأفراد تسجل من الدش أفلاما ومنوعات "خارجة" قد تتعارض مع الدين أو الأخلاق أو العادات أو القيم ... خرجنا من إجابات المبحوثين بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي :

جدول رقم "١٤"

رأي العينة في صحة ما يقال بوجود من يسجل مواد خارجة من الدش

تسجيل برامج خارجة	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)
كثير جدا من الناس يفعلون ذلك	٧٨	٦ .٧
يحدث ذلك نادرا	٧٧	٦ .٧
كلام غير صحيح	١٠٤	9
بدون رأي أو غير مبين	٨٩٨	٧٧ .٧

أما عن القنوات الفضائية التي يمكن أن تقدم برامج يراها المبحوث "خارجة" ، فقد جاءت القناة الفرنسية الدولية والتي تم إلغاء عقدها مع عربسات بعد ذلك لأنها بثت فيلما جنسيا وادعى المسؤولون عنها أن ذلك حدث خطأ وهي قناة (CFI) على رأس القائمة (٢٣٢ تكرار بنسبة ٢٠,١%) ثم الأوربت (٢٠٣تكرارات بنسبة ١٧,٥% ، فالقناة المصرية (٥١

تكرارا بنسبة ٤,٤%) ، وقنوات باللغة الإنجليزية (٤٦ تكرارا بنسبة ٤%) ، فالقناة التركية (٣٨ تكرارا بنسبة ٣,٣% ، فقناة المغرب (٢٢ تكرارا بنسبة ١,٩%) ، ثم (ART) (٣٢ تكرارا بنسبة ٢,٨%) ، وMBC (٢٤ تكرارا بنسبة ٢,١%) ، وقنوات أخرى ...

وعلى سؤال عما إذا كان للدش أضرار يلمسها المبحوث ، أقر بذلك بعض المبحوثين في العينة المدروسة (٣١٤ تكرارا بنسبة ٢٧,٣% من إجمالي حجم العينة) ، ونفى ذلك آخرون (١٤١ تكرار بنسبة ١٢%) ، وبقي عدد منهم بلا رأي في هذا الخصوص . والجدول التالي يوضح أهم الأضرار ـ من حيث عدد مرات ذكرها ـ والتي لمسها المبحوث شخصيا للدش ويحذر غيره منها .

جدول رقم "١٥"
أضرار الدش كما يراها حائزوه في العينة المدروسة

أضرار لمسها المبحوث ويحذر منها	التكرار	النسبة % من إجمالي حجم العينة (١١٥٧)	النسبة % بين حائزي الدش (٥٤١)
فيه برامج تتعارض مع تعاليم الدين الحنيف أو منافية للأخلاق	٢٥٠	٢١ .٦	٤٦,٢
مضيعة للوقت	١٧١	١٤ .٨	٣١,٦
فيه برامج تتعارض مع قيم المجتمع وعاداته	١٦٠	١٣ .٨	٢٩,٦
يحرم أفراد الأسرة من تبادل الأحاديث (أو يقلل منها)	٦١	٥ .٣	١١,٣
مكلف ماديا بلا فائدة كبيرة	٤٠	٣ .٥	٧,٤

٣ ـ تأثير سلبي للدش على العلاقات داخل الأسرة

عن السؤال عما إذا كان دخول الدش البيت قد تسبب في ظهور مشكلات في الأسرة ، كانت الإجابة بالنفي لدى ٣٥,٢% من إجمالي حجم العينة (٤٠٧ تكرارات بنسبة ٧٥,٢% من حائزي الدش في العينة المدروسة) وبالإيجاب لدى ١٠,٥% فقط (١٢١ تكرار بنسبة ٢٢٠٤% لدي من لديهم دش) ، وبقيت نسبة من المبحوثين هنا أيضا بدون إجابة على السؤال . أما عن تأثير الدش على الأسرة والذي لاحظه بعض المبحوثين فيعرضها الجدول رقم "١٦" .

باختصار ، نقول إن البحث الذي طبقناه على عينة من السعودية الشقيقة قد أشار إلى إيجابيات وسلبيات للدش ، وهناك من يرى أن إيجابيات الدش لا تعد شيئا بالمقارنة بالسلبيات ، وأن من قواعد الشريعة "درء الذرائع" ، وهناك من يشبه ذلك بالخمر والتي قال الحق سبحانه وتعالي في شأنها : أعوذ بالله من الشيطان الرجيم ، : (يسألونك عن الخمر والميسر قل فيهما إثم كبير ومنافع للناس وإثمهما أكبر من نفعهما ويسألونك ماذا ينفقون قل العفو كذلك يبين الله لكم الآيات لعلكم تتفكرون) صدق الله العظيم (البقرة:٢١٩) .

ولكن ، أعتقد أن القارئ بدأ يتساءل عما إذا كنا نحن شخصيا ضد هذا الدش ونخاصمه ، أم نتعامل معه ، ومن حقه أن يعلم . في البداية ، رفضنا تماما فكرة إدخال الدش البيت عندما كان قاصرا على التقاط البث الوافد من دول أجنبية بكل ما تعنيه هذه الكلمة من دلالات ، وأفصحنا عن رأينا صراحة في الصحف وفي الندوات ، ومنها ندوة عقدت في

مسجد من مساجد القاهرة وكنت مشاركة فيها مع فضيلة الشيخ الجليل محمد الغزالي والدكتور سيد الطويل رحمهما الله والدكتور علي جمعة ، وكانت الندوة عن الدش .

وسافرنا إلى السعودية ، وكان قد تم إطلاق القمر عربسات الذي سمح بظهور قنوات عربية إلى جانب عدد محدود من القنوات الأجنبية . وبعيدا عن الأراضي المصرية بوسائل إعلامها التي من الصعب الاستغناء عنها (ولو على المستوى الوظيفي) ، بدأنا نشعر بالغربة والحنين لسماع اللكنة المصرية ، ويعرف ذلك كل من خرج من بلاده للإقامة في دولة أخرى . ولكن صاحبة المنزل الذي كنا نسكنه كانت ترفض تماما فكرة تركيب دش ، فهو "شيطان" على حد قولها ، بل ولديها أربعة أبناء وأكبرهم فتاة في المرحلة الثانوية ، والتي فرحتها كانت فائقة لا يمكن تصورها عندما كانت برامج التليفزيون المصرى تصلهم صيفا ، حتى ولو كانت بصورة غير واضحة ومجرد أشباح في أحيان كثيرة . واستمر الحال على ذلك ، حتى دخلت الفتاة الجامعة ، ومن المنحة التي تصرفها الجامعة السعودية لأبنائها اشترت "نوف" الدش ، الذي تحول إلى "شبكة كابلية" تخدم الأسر الثلاث التي تسكن في المنزل ، بل تم مد "الشبكة" فوصلت هذه الخدمة إلى المنزل الوحيد المجاور لنا أيضا بأدواره الأربعة ، وكان كل المطلوب من المشتركين في الشبكة هو شراء ريسيفر ، فقد كان الدش من النوع الثابت ولا يستقبل إلا قنوات عربسات ...

جدول رقم "١٦"

المشكلات التي تسبب الدش في ظهورها داخل البيت

المشكلات التي تسبب الدش في ظهورها في البيت السعودي	التكرار	النسبة % من إجمالي العينة (١٠٥٧)	النسبة % بين حائزي الدش (٥٤١)
مشكلات بسبب صعوبة انتقاء برنامج أو قناة ترضي جميع الأذواق	٦٨	٥.٩	١٢,٦
مشكلات بسبب ضرورة الذهاب للنوم في وقت مناسب	٥٠	٥	٩,٢
مشكلات بسبب ضرورة منع الأطفال من مشاهدة برامج معينة	٤٣	٣.٧	٧,٩
مشكلات بسبب عدم رضاء فرد أو أفراد في الأسرة عن برامج معينة	٤٠	٣.٥	٧,٤
مشكلات بسبب تفرغ الأطفال والشباب لمشاهدة الدش وإغفال المذاكرة	٢٠	١.٧	٣,٧
مشكلات بسبب ضرورة منع الفتيات من مشاهدة برامج معينة	١٦	١.٤	٣
مشكلات بسبب زيادة عدد الوافدين للمنزل لمشاهدة برامج الدش	٧	٠.٦	١,٣
مشكلات لأسباب أخرى	٩	٠.٨	١,٧

وعدنا إلى مصر وكان معنا "الريسيفر"(من النوع "التناظري" Analogue) الذي استعملناه هناك ولم يكن ينقصنا سوى الدش على سطح البيت لاستقبال قنوات عربسات في مصر ، وقد كان . وبانقضاء عمره الافتراضي ، تم استبدال الريسيفر بآخر رقمي هذه المرة

لاستقبال قنوات القمر المصري نايل سات (1) ، بل وأقمار أخرى مع تركيب "موتور" يسمح بتوجيه الدش قبالة عدد من أقمار الاتصال تقع القاهرة في المنطقة التي تغطيها إرضاء لحاجة ابنة لنا تقدم برنامجا في الإذاعة عن السينما والأخبار الفنية والأغنية الأجنبية . ولكن بعد أيام فقط من تشغيل هذا الموتور ، وجدنا أنفسنا لا نتحول عن نايل سات . وفي حوار مع بعض الزملاء في قسم الإذاعة بالكلية ، عرفنا أن الدش الذي لدينا والمثبت في خط رؤية مستقيم مع القمر نايل سات حالة يشترك معي فيها زميل من القسم ، ولا غرابة في ذلك ، فإن عدد القنوات على هذا القمر الرقمي وصل حاليا إلى ١٨٠ قناة وإن كان بعضها مشفر ، إلا أن عدد القنوات المفتوحة للجميع بلا مقابل مادي إضافي يشبع احتياجاتنا . حتى بالنسبة لشعائر الحج هذا العام ، غطته قناة إقرأ على القمر نايل سات فلم نبحث عنها على عربسات بقنواته محدودة العدد .

٤- تأثير الدش على القيم

لمعرفة تأثير الدش على القيم أجرينا دراسة في أكتوبر ١٩٩٩م ، على عينة قوامها ٢٤٠ طالبة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، وتم ذلك بشكل جماعي في الفصول الدراسية (Administrative Research) (2) ، وتعرفنا في البداية على علاقة العينة بوسائل الإعلام الإليكترونية ، وكان سلم الأولويات (Agenda Setting) بالنسبة للعينة المدروسة على النحو التالي :

١ ــ التليفزيون بنسبة ٨٧,١%
٢ ــ الكمبيوتر بنسبة ٧٣,٣% (3)
٣ ــ الفيديو بنسبة ٥٩,٢%
٤ ــ الدش بنسبة ٤٥,٤%
٥ ــ الإنترنت بنسبة ٣٥,٤% (4)

وقد كشفنا في البحث عن أهمية بعض الوسائل الإعلامية بالنسبة للعينة المدروسة من خلال الإجابة عن سؤال بخصوص إمكانية الاستغناء عن الوسيلة ، وخرجنا بنتائج تشير إلى أن **وسائل الإعلام ظاهرة اجتماعية** ، على الأقل بالنسبة للعينة المدروسة ، وهو موضوع جدير بالدراسة المتأنية ، خصوصا بالنسبة للتليفزيون ، فقد ككانت نتيجة السؤال تؤكد على أن هذه الوسيلة من الصعب التخلي عنها ، ونحن نتحدث هنا عن « في المجتمع السعودي .

١ ــ ٧٢,١% يمكنهم الاستغناء عن الدش
٢ ــ ٦٥,٨% يمكنهم الاستغناء عن الفيديو
٣ ــ ٥٦,٧% يمكنهم الاستغناء عن قراءة الجريدة اليومية
٤ ــ ١٩,٦% فقط يمكنهم الاستغناء عن التليفزيون

---

(١) [1]للاستزادة في موضوع نايل سات ، إرجع إلى كتابنا : وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ . مرجع سابق .

(١) Roger D. WIMMER & J. R. DOINICK . – **Mass Media in Research** : An Introduc - tion . 5th edition . Wadsworth Publishing Company , 1997

(٢) يعد هذا البحث أول بحث يشير إلى أهمية وجود كمبيوتر في المنزل

(٣) ويعد أيضا أول بحث يشير إلى أهمية دراسة الإنترنت بعد أن دخل البيت .

وقد كشف البحث عن وجود علاقة قوية بين التعرض للدش والتعرض للفيـــديو ، وأكد عدم اختفاء التقنية الأقدم ، والجدول التالي يوضح هذه العلاقة :

جدول رقم "١٧"

توزيع عينة الدراسة تبعا لمشاهدة الدش ومشاهدة الفيديو

مشاهدة الدش	مشاهدة الفيديو			
	يشاهد الفيديو بانتظام	يشاهده أحيانا	لا يشاهده	الإجمالي
يشاهد الدش بانتظام	٨	٥٤	٨	٧٠
يشاهده أحيانا	١١	٦٨	١٢	٩١
لا يشاهده	٦	٤٥	٢٨	٧٩
الإجمالي	٢٥	١٦٧	٤٨	٢٤٠

كذلك أثبت هذا البحث أيضا هو الآخر أن **الوظيفة الأساسية للدش هي التســلية** ، حيث تبين أن أسباب تفضيل قناة عن أخرى أن المواد الترفيهية (أفــلام ومنوعــات) جــاءت بنسبة ١٠,١% ، تليها المادة الإخبارية التي جاءت بنسبة ٩,٣% فالبرامج الدينيــة والثقافيــة التي ذكرت بنسبة ٩,٢% . ولا يفوتنا هنا أن ننوه عن أن "الإخراج والإبهار" بوصفهما مــن أسباب تفضيل قناة عن غيرها من القنوات الفضائية في العينة المدروســة يــرتبط بالدرجــة الأولى بالمادة الترفيهية ، وخصوصا بالأغاني والمنوعــات ، ولــذلك **نطالــب المســؤولين بالاهتمام بإخراج المواد الجادة ، الثقافية والدينية بل والإخبارية أيضا ...**

٥ ــ الدش والعولمة

سبق لنا في عام ١٩٧٦م أن طرحنا فرضا مفاده أن **"التليفزيون يمكــن أن يخلــق الإنسان العالمي** (١) ، وإن كان "أبراهام مولز" يقول في واحد من كتبه "الزلزال الذي يحــدث في شيلي لا يمثل لساكن في برلين أو مارسيليا سوى نوع من أنواع التسلية"(٢) مما يتعــارض ربما مع الفرض الذي طرحنا . وقد ربطنا في هذا البحث الذي خصص للدش بــين درجــة الحزن على وفاة الأميرة ديانا (حوالي ثلاث سنوات قبل إجراء البحث) وبين إمكانية الاستغناء عن الدش بقنواته الفضائية ، **وخرجنا بتأكيد لوجود هذه العلاقة التي تشير إلى درجــة مــن درجات العولمة التي من أبز سماتها "سيادة الفكر الغربي وخصوصا النمط الأمريكي"** والتي يعرضها الجدول التالي :

جدول رقم "١٨"

توزيع عينة الدراسة بحسب إمكانية الاستغناء عن الدش
ودرجة الحزن على وفاة ديانا

إمكانية الاستغناء عن الدش	الحزن لوفاة ديانا			
	حزن كثيرا	حزن إلى حد ما	لم يحزن	الإجمالي
يمكن الاستغناء عن القنوات الفضائية	١٥	٤٩	١٠٩	١٧٣
لا يمكن الاستغناء عنها	١٦	٢٥	٢٦	٦٧
الإجمالي	٣١	٧٤	١٣٥	٢٤٠

فهل وسائل الإعلام الإليكترونية الراقية الحديثة والتي جعلت من العالم قرية صغيرة تقوم بدور في تدعيم صوت واحد وتغليبه على بقية الأصوات في هذا العالم ؟ هل نصدق ذلك إذا عرفنا مثلا أن إحدى الدراسات التي أجريت عـام ١٩٩٨م قـد كشـفت عـن أن اللغـة الإنجليزية قد أصبحت اللغة العالمية الأولى إذ تستخدم في السوق الأوربية بنسبة ٥٨% مقابل استخدام اللغة الإسبانية بنسبة ٧,٩% ، والفرنسية بنسبة ٣,٧% ، وبعدها تأتي اللغة الصـينية ثم لغات أخرى منها اللغة العربية [1]، والتي يتحدث بها أكثر من ١٠,٤٥% من سكان العـالم (حسب إحصـائيات يونسكو عام ١٩٩٦م ، هذا إذا كنا نوافق علـى أن الحـديث باللهجـات العامية ، أو بلغة مخلوطة بكلمات فرنسية وإنجليزية لغة عربية !

وفي البحث نفسه الذي طبق في السعودية على طالبات في الجامعة ، وجدت علاقـة قوية بين درجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا والسفر إلى خارج المملكة ولكن بدرجة أصغر من العلاقة بين الترحيب بالإقامة خارج المملكة ودرجة مشاهدة الدش .

والسؤال الذي نطرحه هنا هو : هل خلق الدش لدى العينة المدروسـة تطلعـات ؟ وإلى أين تذهب بنا هذه التطلعات ؟ هذا وقد سبق وأن قال دانييل ليرنر" في محاضرة له فـي كلية الإعلام في بداية السبعينيات من القرن الماضي بأن "عدم إشباع التطلعات التـي ولـدتها وسائل الإعلام كانت سببا في هذه الثورات التي نشاهدها في العالم الثالث " ونحن نتفق معه .

٦ ـ العلاقة بين مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا

كشف البحث عن وجود علاقة قوية بين درجة مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفـاة ديانا . ولكننا ، وقد طبقنا هذا البحث على عينة من الطالبات السعوديات ممن يبلـغ متوسـط أعمارهن ١٩ سنة ، نرى ضرورة في تحجيم هذه النتيجة وترك التعميم إلى إلى حين إجـراء دراسات أخرى على عينات من الشباب الذكور وعينات من فئات العمر مختلفة ، ومسـتويات تعليمية متباينة ، فالفتاة في العينة المدروسة هنا على درجة من التعليم وفي مرحلة سنية لهـا خائص نفسية والتي قد يكون لها تأثيرها في ظهور هذه النتيجة ؛ أي أننا نطرح النتيجة التـي توصلنا إليها هنا لكي تكون منطلقا لفرض للمهتمين بالبحث عن تأثير مشاهدة الدش في عينـة احتمالية بالتخلص من هذا التجانس في العينة ، والذي لم يسمح باستخدام عديد من المعاملات الإحصائية (تحليل الانحدار وتحليل التباين ومعامل الارتباط واختبار التوزيع الاحتمالي ...) ، والتعمق أكثر من ذلك في تحليل النتائج ، حيث اكتفينا هنا باستخدام دلالة مربع كاي لمعرفـة التوافق ودرجة الارتباط والتعبير عن العلاقات التي قد تكون موجودة بين بعض المتغيرات .

---

[1](١) من الطريف أنه عند مراجعة هذا الكتاب قبل الطبع وجدنا خطأ في اسم كتاب باللغة الفرنسية حيث حذف منه حرف لم يقبله الحاسب الآلي ، وتأكدنا من صحة كتابته وطباعته عدة مرات ، وأخيرا كان لا بد من إضافة هذا الحرف يدويا فإن "الكمبيوتر يتكلم إنجليزي" ، وقالت لي ابنتي التي تعمل في قناة النيل الدولية بأن المشكلة تواجههم باستمرار عند كتابة الأخبار على الحاسب الآلي بالنسبة لكثير من الكلمات الفرنسية التي لا يعترف بها مدقق اللغة في الحاسبات الآلية التي زودت باللغة الإنجليزية ، وهي اللغة الشائع استخدامها في مصر وفي معظم دول العالم . ولحل المشكلة التي واجهتنا ، لجأنا إلى البحث عن الحروف الفرنسية مثل " œ , â , ç" وما شابهها ــ وما أكثرها في اللغة الفرنسية ــ كان لا بد من فتح قائمة "إدخال" (Insert) ثم اختيار "رمز" للبحث عن الحرف أو الحروف المطلوبة ، وهذا يتطلب منا الاعتذار عن أي خطأ في الكتاب لم ننتبه له .

والجدول التالي يوضح العلاقة بين مدى مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة ديانا بالنسبة لهذه العينة من طالبات الجامعة في جدة ، حيث لم يتناول التليفزيون السعودي ولم يناقش هذا الموضوع بعكس القنوات فضائية أخرى عربية وغير عربية . ونشير هنا إلى أن بعض الأصوات موضوع مصرع ديانا بأنه يتعلق بامرأة كانت "سيئة السمعة" ، حيث لم يحزن كثيرا لوفاتها من لا يشاهد الدش في العينة المدروسة ، هذا من جانب ، ومن جانب آخر ، فإن من لا يشاهد الدش قد حزن إلى حد ما على وفاة ديانا بنسبة ٢٠,٢٥% ، بينما نسبة من لم يحزن لذلك في الفئة التي تشاهد الدش وصلت إلى ٧٩,٧٥% . كذلك تشير بيانات الجدول إلى أن درجة الحزن كثيرا وصلت إلى ٢٨,٦% مقابل ١٢,١% فقط بين من يشاهدون الدش أحيانا . فهل يمكن تعميم هذه النتيجة على عينة من الشباب الذكور في النجتمع المدروس ؟ وعلى عينة من مختلف الأعمار ؟ وفي مجتمعات أخرى تختلف في خصائصها الاجتماعية والعقدية عن المجتمع المدروس ؟ أسئلة كثيرة نطرحها للتحقق من صحتها أو عدم صحتها في دراسات تالية بإذن الله .

جدول رقم "١٩"
العلاقة بين مشاهدة الدش ودرجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا

مشاهدة الدش	الحزن لوفاة ديانا			
	حزن كثيرا	حزن إلى حد ما	لم يحزن	الإجمالي
يشاهد الدش كثيرا	٢٠	٢٢	٢٨	٧٠
يشاهد الدش أحيانا	١١	٣٦	٤٤	٩١
لا يشاهد الدش	—	١٦	٦٣	٧٩
الإجمالي	٣١	٧٤	١٣٥	٢٤٠

خلاصة القول هي أننا انطلقنا في البحث لاختبار فرض طرحناه في دراسة سابقة ومفاده أن **التليفزيون في طريقه لخلق الإنسان العالمي ، الذي يتأثر بالحوادث التي تقع في دول أجنبية تختلف في قيمها وعاداتها ونسقها عما هو سائد ومعترف به لدى الفرد في دولته الأم .**

وقد حددنا لبحثنا هذا متغيرين ، هما درجة الحزن لوفاة الأميرة ديانا ودرجة الحزن لوقوع زلزال تركيا (قبل إجراء البحث بشهور قليلة) لمعرفة العلاقة التي يمكن أن تقوم بين كل منهما وبين درجة مشاهدة الدش ، حيث ثبتت صحة الفرض المطروح للدراسة بخصوص هذه العينة التي سحبت من السعودية ؛ فقد وجدت علاقة قوية ولها دلالتها الإحصائية بين مشاهدة الدش في العينة المدروسة بالنسبة للفتيات من طالبات جامعة الملك عبد العزيز في جدة ودرجة حزنهن لوفاة الأميرة الإنجليزية ديانا .

وبالنسبة لزلزال تركيا اختلفت نتائجنا ومقولة أبراهام مولز ، فإننا هنا بصدد زلزال يقع لإخوة لنا في الإسلام ، وهو ما أكدت عليه بعض المبحوثات ، وهذا يشير إلى أنه ربما تختلف النتائج في العينة نفسها عند السؤال عن مدى الحزن بالنسبة -مثلا- للزلزال الذي وقع في تايوان قبل كتابة التقرير النهائي للبحث ، وما شابه ذلك من أحداث (براكين وفيضانات واضطرابات سياسية وقلاقل عسكرية ...) والتي تقع في دول لا تربطنا بها صلات وثيقة ، وإن كانت النتيجة الخاصة بالحزن على وفاة الأميرة ديانا ترفض هذا الفرض ، ولكن ربما

تتأكد مقولة أبراهام مولز إذا طبق البحث في دول تسمى بالدول الصناعية المتقدمة ، بالنسبة لحوادث تقع في دول متخلفة ، أو بأسلوب رشيق في اللفظ ، بالنسبة لحوادث تقع في دول نامية ...

وبناء على نتائج هذا البحث وفي إطار محدوديته ، فإن الفرض هنا مازال في حاجة إلى بحوث أخرى للتحقق من صحته أو من عدم صحته لخطورة دلالته في إطار ما يسمى بعصر "العولمة" و"الكوكبية"" و"الكونية"....، وخصوصا لمعرفة ما المقصود بهذه العولمة والكوكبية والكونية في عصر السموات المفتوحة ، وعما إذا كان هذا يعني فقط سيادة النمط الغربي الأمريكي خصوصا بعد انهيار النظام الشيوعي ، حيث نقول هنا "لا" لهذه العولمة[1] التي يتشدقون بها ، ولو شاء الله سبحانه وتعالى لجعلنا أمة واحدة ، شعبا واحدا ، وهو القائل : أعوذ بالله من الشيطان الرجيم بسم الله الرحمن الرحيم " يأيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير"[2]، وهو سبحانه وتعالى القائل: " ألا يعلم من خلق وهو اللطيف الخبير"[3].

[1] لن ندخل هنا مع المتبارين لوضع تعريف للعولمة.

[2] الحجرات:١٣

[3] الملك:١٤

المبحث السادس
الدور الوظيفي للإنترنت

كما كان عليه الحال بالنسبة للتليفزيون ، ثم بالنسبة للبث الوافد عبر الأقمار الصناعية متخطيا كل أنواع الحدود ، تلاقي تقنية الإنترنت معارضة من قبل بعض الأفراد . فكما أن لكل شئ مؤيدوه ، هناك أيضا من يعارضه ، فميول الأفراد تختلف من فرد لآخر حصوصا إذا كان هذا الشئ لا يشبع حاجة من الحاجات الأساسية التي سبق الحديث عنها في فصل سابق ، أو لوجود بديل ، وهذا ينطبق على الإنترنت .

وكنا قد انتهينا في المبحث السابق بالقول بأن الدش لم يكن قد وصل إلى مرحلة الظاهرة الاجتماعية في الوقت الذي أجرينا فيها البحث ، حيث انتشار الدش يتم تدريجيا بعكس التليفزيون الذي انتشر في المجتمعات أفقيا وبسرعة وبصورة واضحة في الدول المتقدمة وفي بعض الدول النامية . فهل يرجع ذلك إلى قدم التليفزيون وأن الوسيلة الجديدة ، الدش ، ما هي إلا تكرار للوسيلة الأقدم منها ؟ أم أن الوسيلة تفرض نفسها كما رأينا بالنسبة للتليفزيون الذي سبق وقلنا إنه بالرغم من أنه ظهر أولا في منازل الأغنياء ، إلا أنه انتشر بين جميع الطبقات في وقت واحد ، ولم ينتشر رأسيا كما هي العادة بالنسبة لوسائل أخرى مثل الثلاجة والغسالة الكهربائية ... التى انتشرت بين الأغنياء أولا حتى وصلت الفقراء مرورا بالطبقة الوسطى . فهل سيأخذ الإنترنت مسار التليفزيون أم سيكون أمره مثل الدش ؟ الإجابة غير مجدية الآن ، فما زال الإنترنت يحبو بين أيدي الأغنياء وفي سنواته الأولى ، وإن كان يلاحظ أن عدم حيازة هذه التقنية شئ والتعرض لها شئ آخر بعد أن انتشرت "مقاهي" تقدم هذه الخدمة لمن يريد بمقابل مادي لا يعتبر عقبة أمام من يريد التعرف على الإنترنت أو التعامل معه ، حتى في الدول النامية .

وفي إطار الموضوع الذي خصصناه للدراسة في هذا الكتاب ، وهو عن وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية ، لن نتناول "مقاهي الإنترنت" (Internet-Café) والتي نرى فيها تأثيرا مبكرا للإنترنت على المجتمع ، فإن هذه المقاهي تحتاج لدراسة خاصة للتأريخ لها والتعرف على أماكن انتشارها جغرافيا ، وما توفره من خدمات للمترددين عليها ، والخصائص الديموغرافية للعاملين فيها ، وكيفية إدارتها والعمل فيها ، وكيف تحولت هذه المقاهي إلى شبكات خاصة لمن يفضلون اللعب عن طريق هذه الشبكة مع غيرهم من المتواجدين في المقهى بعد دخول الإنترنت بيوت عديدة ... وهل يكتفي من يملكون الإنترنت في البيت بالدخول إلى المواقع أم أن ترددهم على المقهى أصبح عادة حيث يقابلون الأصدقاء وجها لوجه أو يلعبون معهم عبر الشبكة الكابلية في المقهى ؟ كذلك نود معرفة الخصائص الديمغرافية لأصحاب هذه المقاهي السيبرناطيقية (Cyber-café) . كذلك يهمنا معرفة الخصائص الديموغرافية للمترددين عليها الآن ، وحجم الوقت الذي يقضونه في الإبحار مع الإنترنت ، والمواقع التي يزورونها ، واستخدامهم الفعلي لهذه الشبكة ، والكشف عن احتياجاتهم الشخصية منها ... رؤوس أقلام عديدة يمكن تحديدها لدراسة هذه المقاهي التي ظهرت في مصر في العقد الأخير من القرن الماضي .

ونركز في السطور التالية على الإنترنت ، هـذه الشـبكة العالميـة الأخطبوطيـة للاتصال عبر الأقمار الصناعية ، في دراسة لما هو كائن فعلا وليس ما ينبغي أن يكون ، مع استشراف لمستقبل هذه الوسيلة التقنية الحـديثة والتي بدأت على اسـتحياء فـي مجتمعاتنـا الشرقية . فقد أبت حكومات عربية إلا أن تمارس سلطتها الرقابية عليها والتي بدأتها بالمنع ، ثم قصرت استخدامها على بعض جهات فقط ، إلى أن اضطرت صاغرة إلـى رفـع الرايـة والموافقة للأفراد باستخدام الإنترنت . فنحن نتذكر على سبيل المثال ، أن المملكـة العربيـة السعودية رفضت الإنترنت لأسباب عديدة ، وكان على المقيم في أراضيها أن يمر بالإمارات هاتفيا للدخول إلى عالم الإنترنت ، إلى أن سمح المسؤولون بإدخال الإنترنت ، وبـدأ بعـض السعوديين يتخوفون من تأثيره خصوصا على العلاقات داخل الأسرة .

أولا ــ الإنترنت في المملكة العربية السعودية

كان للإنترنت نصيب في البحث الذي أجريناه على عينة من طالبات جامعة الملـك عبد العزيز في المملكة العربية السعودية حيث ضمنا الاستمارة التي أعدت للبحث عددا مـن الأسئلة حول هذه الوسيلة الجديدة التي دخلت البيت في مجتمع محافظ ، ونقـدم هنـا بعـض النتائج التي تخص الإنترنت ، قبل أن نعرض نتائج دراسة أخرى أحدث منها عن الإنترنـت في فرنسا .

(أ) علاقة العينة المدروسة بالإنترنت

كان لنا سؤال في البحث عن علاقة العينة بالإنترنت حيث التعرض للإنترنت فـي عينتنا المدروسة لا يتجاوز ٦,٣% ، إذ لم يسمح بالإنترنت في المملكة العربية السـعودية إلا قبل شهور قليلة سبقت إجراء البحث . ومن بين ١٥ طالبة فقط تتعامل مع الإنترنت في العينة المدروسة من عينة قوامها ٢٤٠ مفردة من بين طالبات الفرقة الأولى بكليـة الآداب والعلـوم الإنسانية بجدة ، نجد أن أربع طالبات (بنسبة ١,٧%) يتعاملن مع الإنترنـت "كثيـرا " و١١ (بنسبة ٤,٦%) يتعاملن معه "أحيانا"، و٩٣,٧% لا يتعاملن مع هذه التقنية بالرغم من وجـود مقاه للإنترنت خاصة بالنساء فقط ، وبالرغم من توافر الإمكانيات المادية التي تسمح باقتنـاء هذه التقنية الراقية ...

١ـــ أهمية الإنترنت في البيت السعودي

بحثا عن أهمية الإنترنت واستشراف مستقبل هذه التقنية لدى العينـة المدروسـة ، طرحنا في البحث المذكور سؤالا لمن سمعن عن الإنترنت ، سواء سبق لهن التعامل معـه أو لم يسبق ، وكان السؤال عما إذا كانت حيازة الإنترنت في البيت مهمة وخرجنا بالنتيجة التالية والتي تشير إلى أن **حوالي نصف العينة ترى أن الإنترنت غير مهم في البيت .**

ــ مهم أن يكون بالبيت إنترنت	٨٥ مفردة	بنسبة ٣٥,٤ %
ــ غير مهم	١١٧ مفردة	بنسبة ٤٨,٨ %
ــلم تكون رأيا	٣٨ مفردة	بنسبة ١٥,٨ %

فهل يفسر ذلك بعدم وجود تطلعات لدى الفتاة السعودية ؟ أي أن ذلك بسبب خصائص في هذه العينة المدروسة ؟ أم أن ذلك يعود إلى خصائص في الأسرة السعودية وبأنها أسرة تقليدية ترفض الجديد والتطور؟ وهل يرجع ذلك أنها أسرة مترابطة والتواصل بين أعضائها قوي ولا تسمح بالتواصل مع الإنترنت كما لا تسمح بالتواصل مع آخرين ؟[1] هل يمكن إذن صياغة فرض بأنه **كلما زادت درجة الحميمية والتواصل بين أفراد الأسرة الواحدة قل الإقبال على استخدام الإنترنت** ؟ وإلى متى ؟ وهل يمكن ألا توجد فوائد للإنترنت بالنسبة للمجتمع الصعودي ؟ خرجنا بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي :

جدول رقم "٢٠"
الفوائد التي تلمسها المبحوثات شخصيا للإنترنت

فوائد الإنترنت	التكرار
ــ يشغل وقت الإناث	٤٨
ــ يجمع أفراد الأسرة وقتا أطول بالمنزل	٣٣
ــ يشجع الفرد على أن يعيش أحلاما جميلة ويسمح له بالتخيل	٢١

٢ ــ تأثير التعامل مع الإنترت على الأسرة السعودية

ذكر حوالي نصف من يتعاملن مع الإنترنت في هذه العينة المدروسة (سبع حالات من ١٥ حالة) أن التعامل مع الإنترنت قد أثر على أفراد الأسرة ــ وكانت إحدى الصديقات قد قالت لنا إن زوجها قد *أخذه الإنترنت منها*" . وقد أخذ تأثير الإنترنت في هذا البحث الصور التالية التي نفضل تدوينها بنفس التعبير الذي ذكرته المبحوثات للإجابة على السؤال المفتوح :

١ــ "*أصبحت لا أتناول وجبات الطعام مع أسرتي*" .
٢ــ "*انشغال أفراد الأسرة عن بعضهم*" .
٣ــ "*أصبح أخي منفردا*" .
٤ــ "*أصبحت لا أخرج للتمشية*" .
٥ــ "*اختلاف في نوعية المعلومات*" .

والسؤال الذي نطرحه لكي يكون موضوعا لدراسة تالية هو : هل يمكن أن "يصيب" الإنترنت الفرد بالعزلة داخل الأسرة ؟ أم أننا أمام وسيلة حديثة ــ شأنها شأن الوسائل الأخرى ــ يعيش الفرد معها مرحلة إنبهار لفترة محدودة سرعان ما تخبو جذوتها ؟

٣ ــ تأثير التعامل مع الإنترنت على مشاهدة الدش

أشار هذا البحث إلى أن التعامل مع الإنترنت يمكن أن يؤثر على مشاهدة الدش ، الوسيلة التي سبقت الإنترنت مباشرة . فقد أفادت ١٢ مفردة من العينة بوجود تأثير للإنترنت مقابل ٣ فقط ذكرن عدم وجود تأثير ، أي بنسبة ١:٤. أما عن نوعية هذا التأثير الذي يمكن أن يكون للإنترنت على مشاهدة الدش فقد جاءت إجابات الحالات التي أقرت بوجود هذا التأثير على النحو التالي :

---

[1] نعرف شخصيا بعض أسر في مصر تغلق على نفسها الباب ولا تتواصل مع غيرها .

١ــ "*أخذ كل الوقت*" ، و"*قضى على وقت الفراغ الذي كان مخصصـا لمشاهدة الدش*" ، و"*قلت مشاهدة الدش*".
٢ــ "*أصبحت لا أشاهد إلا البرامج المعلن عنها وأعجبتني فلا أشـاهد أي برنامج بدون سبب*" .
٣ــ *أفضل الإنترنت لأن برامج الدش مملة* .
٤ــ "*أصبح الإقبال على الإنترنت واستخدامه أكثر لأنه مفيد ومسلّي*" .

وهنا نطرح عدة تساؤلات للبحث عن إجابات لها فيما بعد ومنها :

ــ هل التفاعل بشكل إيجابي مع وسيلة اتصال يؤثر على علاقـة الفـرد بالوسـائل الأخرى ذات الاتجاه الواحد ؟ أو بأسلوب آخر ، **هل سيكون المسـتقبَل للوسـائل التفاعلية ؟**

ــ هل يمكن أن يقضي الإنترنت على "الإدمان التليفزيوني" "وإدمان الدش" خصوصا أن الإنترنت يوفر لصاحبه أحدث المواد الترفيهية التي يبحـث عنها فـي وسـائل الإعلام الأخرى ، فالإنترنت يسمح لمستخدمه بمشاهدة برامج التليفزيـون وبالتقـاط القنوات الفضائية دون أي حاجة لجهاز الاستقبال الخاص بتحويل الإشـارة القمريـة إلى إشارة تليفزيونية والمعروف باسم "ريسيفر"، وأنه يوفر لمستخدمه إلـى جانـب الترفيه والاتصال يوفر له قدرا كبيرا من المعلومات ؟ كما أن هذه الوسيلة الحديثـة تشبع لدى مستخدمها الحاجة إلى الاتصال من خلال التحاور مع آخـرين (يعـرفهم شخصيا وفي أحيان كثيرة لا يعرفهم) ، والدخول معهم في "دردشـة" تـتم أحيانـا بالصوت والصورة ؟ حيث "الإنسان حيوان اتصالي بطبعه" ؟

ــ هل تعني هذه المؤشرات التي خرجنا بها من هذا البحث وجود علاقة مـا بـين درجة الارتباط في العلاقات داخل الأسرة والإقبال على هذه الوسيلة الجديدة ؟

(ب) علاقة الإنترنت بوجود صديقات من دول غير عربية

أسفر البحث عن وجود علاقة قوية بين القول بأهمية وجود الإنترنـت فـي البيـت ووجود صديقات للمبحوثة من دول غير عربية ، وهذا لا يحتاج إلى تفسير من جانبنـا ، وإن كنا لا نعرف بالضبط هل جاءت هذه الصداقات عن طريق الإنترنت أم أن هـذه الصـداقات موجودة قبل دخول الإنترنت البيت ووطدت هذه الوسيلة الجديدة من أواصر هذه الصداقة ؟

وقد أسفر البحث أيضا عن احتمال وجود علاقة ــ وإن كان بنسبة أقل ــ بين القول بأهمية وجود الإنترنت بالبيت ووجود صديقات من دول عربية شقيقة .

ثانياً ــ الإنترنت في فرنسا

أشارت الدراسات التي أجريت عام ١٩٩٨م إلى أن الإنترنت ينتشر في المجتمع الفرنسي بنسبة ٢٤% ، وارتفعت هذه النسبة في فبراير عام ٢٠٠٢م فوصلت إلى ٣٣% .

وبتوجيه من "بايارويب" **(Bayardweb)** ، التي تسعى لتدعيم علاقتها مع الجماهير لكي تروج سلعها حيث إنها **باقة من المواقع والخدمات التي تهتم بالأسرة** ، أجري بحث في فرنسا عن الإنترنت طبق في ٢٢ مارس عام ٢٠٠٢م على آباء وأمهات لأطفال تتراوح أعمارهم بين أربع سنوات و ١٨ سنة ، وذلك للكشف عن مكانة الإنترنت في البيت ، ومعرفة رأي الآباء في علاقة الأبناء بهذه التقنية . وقد تشكلت عينة البحث من ٥٠٠ مفردة ، ٣٠٠ منهم تم اختيارهم من عينة ممثلة للمجتمع و٢٠٠ مفردة لديهم إنترنت . وقد باح البحث بأن من لديهم إنترنت في البيت يقولون إنه وسيلة للبحث عن المعلومات (٧١%) ، بينما الآخرون يهمهم الدور التربوي تجاه الأطفال والذي يمكن أن يقوم به الإنترنت (٥١%). وقد اهتم البحث بالكشف عن العلاقة التي قد تكون قائمة بين العوامل الديموغرافية للعينة المدروسة وهذه الوسيلة الحديثة بوظائفها المتعددة وتوصل البحث إلى النتائج التالية :

(أ) الخصائص الديموغرافية لمستخدمي الإنترنت

اتضح في هذا البحث أن الذكور في العينة المدروسة أكثر تعاملا مع الإنترنت عن الإناث . أما من ناحية السن ، فقد كشف البحث عن أن الفئة السنية "أصغر من ٤٥ سنة" تهتم أكثر بالإمكانيات التي يوفرها الإنترنت في مجال الاتصال بنسبة ٥٢% فهم في سن تدعوهم لتدعيم أواصر الصداقة مع آخرين ، إلى جانب تطلعهم لكسب معلومات جديدة في فروع شتى من العلم بنسبة ٥٢% مقابل ٣٩% لدى الفئة "٤٥ سنة فأكثر" ، كما أن الإنترنت مصدر للتعرف على التكنولوجيا الحديثة لدى الفئة " أصغر من ٤٥ سنة " و١٦% في الفئة الأكبر سنا ، وهذه النتيجة لا تدهشنا شخصيا ؛ ولقد صدق من قال " خلق أبناؤنا لزمان غير زماننا " ، حيث يجب الاعتراف بأن **صغار السن منا أكثر تمكنا من مستحدثات العصر التكنولوجي الذي يعيشون طفرته وأكثر إقبالا وتفاعلا مع هذه المستحدثات التقنية عن كبار السن** .

وعلى المستوى الاجتماعي خرج البحث أيضا بنتيجة مفادها أن المثقفين وأصحاب الوظائف العليا والكوادر يهتمون بالإنترنت ويعدونه وسيلة اتصال في البيت (بنسبة ٦٤%) ووسيلة إعلام ومصدرا للمعلومة (بنسبة ٢٢%) . أما كون الإنترنت وسيلة تربوية ، فإن هذا الدور الوظيفي للإنترنت ظهر أكثر في الفئات الشعبية لدى الموظفين (٥٤%) ولدى العمال (٥٣%) بنسب ترتفع عن متوسط نسبة اهتمام إجمالي العينة الذين تم سؤالهم (٤٤%) ، وبطبيعة الحال تفوق هذه النسبة مثيلتها لدى فئة المثقفين والكوادر؛ فقد اعترف الآباء في العينة المدروسة أنهم يهتمون بالإنترنت مصدرا للمعلومات (بنسبة ٧١%) ، وأنه يساعد على تربية النشء ويعدونه وسيلة تربوية (بنسبة ٤٤%) ، ووسيلة للاتصال (بنسبة ٤٣%) ، ولكنه في الوقت نفسه يثير مخاوف الآباء في العينة المدروسة ويقلقهم لإمكانية تعرض الأبناء

لمواقع غير ملائمة ، بل ومشبوهة (بنسبة ٧٨%) ، خصوصا لدى الآباء ممن لا يتعرضون للإنترنت (٨٤% مقابل ٦٩% بالنسبة للآباء الذين يتعرضون لهذه التقنية) .

وفيما يلي بعض نتائج هذا البحث الذي يعد من أحدث ما طبق على الإنترنت من أبحاث ونقدمه بالأرقام في جداول يسهل قراءتها .

(ب) الإنترنت وسيلة اتصال

١ــ الإنترنت وسيلة للاتصال عن بعد

على السؤال الذي وجه لكل أفراد العينة ممن لديهم إنترنت ومن ليست لديهم هذه التقنية وهو : هل يحدث لك شخصيا تبادل رسائل إليكترونية مع آخرين ؟ خرج البحث بالنتيجة التي يعرضها الجدول التالي ، والتي نرجو ألا ينخدع بها القارئ ويتصور أن الإنترنت قد أصبح ظاهرة اجتماعية في فرنسا بانيا حكمه هذا نتائج البحث ، فالعينة التي طبق عليها البحث غير احتمالية ولا تمثل المجتمع المدروس :

جدول رقم "٢١"

تبادل الرسائل الإليكترونية

تبادل الرسائل الإليكترونية على شبكة الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
كثيرا	٣٣	٢	١٤
من وقت لآخر	٢٧	٧	١٤
نادرا	١٦	٧	١٠
لا يحدث هذا أبدا	٢٤	٨٤	٦٢

يلاحظ القارئ من بيانات الجدول السابق أن ٦٠% ممن لديهم إنترنت يتبادلون رسائل إليكترونية خصوصا مع الأقارب (٣٣% في فئة كثيرا و٢٧% في فئة نادرا وإطلاقا) و ٤٠% لا يتبادلون الرسائل الإليكترونية ، وإن حدث ذلك فنادرا . ومن الطبيعي لدى من ليس لديهم إنترنت أن تنخفض هذه النسبة الكبيرة التي وجدناها لدي حائزي الإنترنت ممن يتراسلون إليكترونيا ، وإن كانت توجد نقطة إيجابية وهى هذه النسبة التي تتعامل مع الإنترنت خارج البيت ، وإن كانت هامشية (٧% فقط من عينة مكونة من ٥٠٠ مفردة) . أما عن الأماكن التي يمكن أن يتعرض فيها الفرد للإنترنت خارج البيت فهي متنوعة ولا تخفى عن القارئ .

لكن تجدر الإشارة هنا إلى أن هذه الدراسة التي طبقت منذ شهور قليلة قبل كتابة هذه السطور لم تهتم بالسؤال عما يطلق عليه اسم "الدردشة" ، فهي من وجهة نظرنا لا تنتمي لثقافة المجتمعات المتحضرة التي لكل دقيقة فيها ثمنها ، وإن حدث ذلك ، فللضرورة القصوى وفي حوارات جادة لها موضوع محدد له أهميته بالنسبة للطرفين .

٢ـ الإنترنت يعزز الاتصال المواجهي داخل الأسرة ويقوي العلاقات بين أفرادها

ناقشنا فيما سبق موضوع التأثير السلبي للإنترنت على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة ؛ عندما ينفرد المتعامل مع هذه التقنية بنفسه في غرفة خاصة يعيش فيها مع هذا العالم ، ويذكرنا هذا ـ مع الفارق في التشبيه ـ بطفل ريفي مبهور بهذه الخيالات التي يشاهدها من فتحات صندوق الدنيا ورأسه مغطاة بستارة سوداء تلفه وهذه الخيالات وتحجبه عما سواها .

وفي عام ١٩٧٦ ؛ كنا قد خرجنا من دراسة ميدانية أجريناه بأن نشرات أخبار التليفزيون تساعد في خلق حوار بين أفراد الأسرة حول الموضوعات المثارة على الشاشة ، وهو ما خرجت به الدراسة الخاصة بالإنترنت في فرنسا والتي نناقش نتائجها في هذه السطور ، مع الرغبة لدى الكبار والصغار لمعرفة المزيد عن هذه التقنية .

فعن السؤال : هل يحدث لك شخصيا الحديث عن الإنترنت مع الأبناء في البيت ؟ وجدنا أن ٤٥% ممن لديهم إنترنت يفعلون ذلك منهم ١٩% يفعلون ذلك كثيرا ، و٣٤% من غير حائزي هذه التقنية يتحدثون عنها ومنهم ٨% يتحدثون كثيرا ، وهذا يعني دخول مفردات جديدة في المحصلة اللغوية لهؤلاء ، ومنها ـ لطبيعة الموضوع المثار ـ مفردات سيبرناطيقة ، واتسعت بذلك مدارك الطفل بمعلومات ، حتى ولو كانت كلمات مفردة ؛ مما يجعل قاموسه اللغوي أثرى من نظيره منذ عشر سنوات .

جدول رقم "٢٢"
الحديث عن الإنترنت مع الأبناء

درجة الحديث عن الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت%	الإجمالي%
كثيرا	١٩	٨	١٢
من وقت لآخر	٤٠	٢٦	٣١
نادرا	١٨	٢٣	٢١
إطلاقا	٢٢	٤٣	٣٥
بدون إجابة	١	—	١

ولما كان "للحديث شجون" كما يقول بنو يعرب ، فإن من شأن الكلام المتبادل بخصوص الإنترنت بين الأب أو الأم مع الإبن أو الإبنة ، أو بين جميع أفراد الأسرة ، من شأنه أن يولد حوارا متصلا ومتشعبا أمام شاشة الكمبيوتر التي تفتح أمامهم أبواب المعرفة فتستقطبهم وتحتويهم ويعيشون ما يرونه على الشاشة ، فيبحرون ويغوصون ويحلقون ويندفعون في محاولة استكشاف هذا الجديد واستيعابه . وهنا ، ٤٠% من العينة المدروسة ممن لديهم إنترنت يفعلون ذلك ، سواء كان الآباء هم الذين يستخدمون الإنترنت أو الأبناء ، مقابل ٨% فقط ممن ليس لديهم هذه التقنية ، وعرفنا مسبقا أن بعض هؤلاء يصطحبون أبناءهم في أماكن تتوافر فيها هذه الخدمة سواء بمقابل أو بدون مقابل .

جدول رقم "٢٣"
الإبحار مع الأبناء على الإنترنت

الإبحار مع الأبناء على الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
كثيرا	١٢	—	٥
من وقت لآخر	٣٨	٨	١٩
أحيانا	٢٣	٨	١٤
نادرا	٢٦	٨٤	٦٢
لا يحدث هذا أبدا	١	—	—

وهنا نرى أن طبيعة وظيفة الإنترنت في تلك اللحظة تجعل منه **وسيلة اتصال "جماعية" تولد التفاعل بين** الأطراف المعنية بهذا النوع من الاتصال مما يدعم محتواه ، ويؤصل أسلوب الحوار ، كما أنه توطيد للعلاقات بين أطراف هذا الاتصال ، سعادة للأب بمشاركته الابن في استقبال معلومات جديدة لم يكن الأب يعرفها قبل تلك اللحظة مما يساعد في كسر الحواجز النفسية بين طرفي الاتصال (Dominant - dominé) ، وسعادة للابن مجالسته للأب أو الأم وحواره ومناقشته في أشياء قد يصعب عليه فهمها واستيعابها وحده ، كذلك يتم توجيه الطفل هنا إلى كيفية انتقاء المواقع التي تفيد الطفل والابتعاد عن تلك التي يمكن أن تتسبب في مشكلات له ، خصوصا أن بعض المواقع يقلق الآباء مشاهدة أبنائهم لها حفاظا على صحتهم النفسية على الأقل ؛ **فالآباء في فرنسا هم الآباء في مصر وفي أي مكان ، يحرصون على صحة أبنائهم الجسمية والذهنية والنفسية ...**

(ج) سلبيات الإنترنت

مما سبق ذكره بخصوص الحالات التي أدخلت الإنترنت البيت في المملكة العربية السعودية ، عرفنا أن لهذه الوسيلة سلبيات إلى جانب إيجابياتها . **فهل يختلف الأمر بالنسبة** لفرنسا ؟ السؤال الأول الذي وجه للمبحوثين كان لمعرفة ما إذا كان يقلق هذه العينة من الآباء دخول أبنائهم مواقع خارجة على الإنترنت حيث كانت الإجابات على النحو التالي .

١ــ قلق الآباء على الأبناء من الدخول لمواقع غير مرغوب مشاهدتها

عند سؤال عينة الدراسة عما إذا كان يقلقهم شخصيا أن يتعرض أبناؤهم لمواقع "غير ملائمة" كانت نسبة الرد بالإيجاب لمن لديهم إنترنت ٦٩% مقابل ٨٤% ممن ليس لديهم إنترنت بفارق كبير بين الفئتين . فهل يمكن تفسير ارتفاع النسبة في الفئة الثانية عنها في الفئة الأولى بعدم معرفتهم الأسلوب الذي يمكن أن يتبعونه حتى يعتاد الطفل انتقاء ما يتعرض له تحت إشراف الآباء الذين يبحرون معهم في الإنترنت ويدور حوار بينهم حول هذه التقنية وما تقدمه من خدمات للإنسان الواعي بخطورة ما يقدم عليه عند التعرض لنوعيات معينة من المواقع ؟ وأين ذلك من الطفل إلا إذا ساعده الوالدان و"مروضا" لتقبل النصح ؟ وهل يمكن للطفل التليفزيوني أن يخضع لهذه السلطة الأبوية بسهولة ؟ وهل قلق الآباء الذين لديهم إنترنت بنسبة أقل من قلق الآخرين على دخول أبنائهم لمواقع غير مرغوب فيها يعني أنهم اكتسبوا ثقة أبنائهم فيهم فأصبح الصغار طوع أمرهم ينفذون ما يؤمرون به ؟ أم أن مشاهدة

هذه المواقع أصبحت شيئا عاديا بالنسبة له مع طول الوقت ؟ أسئلة عديدة نحتاج إلى طرحها بحثا عن إجابة عليها لكي نستعد لانتشار الإنترنت في مصر بعد انخفاض سعر الحاسب الآلي والدخول المجاني على شبكة الإنترنت .

جدول رقم "٢٤"
قلق الآباء على الأبناء من الدخول في مواقع غير ملائمة على الإنترنت

القلق على الأبناء من دخولهم مواقع معيبة على الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	٤٥	٦٠	٥٤
قلق إلى حد ما	٢٤	٢٤	٢٤
غير قلق	١٩	١١	١٤
غير قلق أبدا	١٢	٥	٨

٢ـ قلق الآباء من الوقت الذي يقضيه الأبناء أمام الإنترنت

القلق من الإنترنت ، أو الخوف منه على الأبناء ، ليس فقط تخوف الآباء من وقوع الأبناء في مواقع "سيئة السمعة" يختلف مضمون ما تقدمه مع قيم الآباء وما يريدون تنشئة الأبناء عليه . فقلق الآباء في هذا البحث ينسحب أيضا إلى الوقت الذي يقضيه الأبناء بالساعات مع الإنترنت والانصراف عن واجباتهم والتزاماتهم تجاه الأسرة .

وقد خرج هذا البحث بنتيجة مؤداها أن ٤٢% من الآباء الذين لديهم إنترنت في البيت قلقون بسبب الوقت الذي يقضيه الأبناء أمام الإنترنت ، وترتفع هذه النسبة لدى غير مالكي الإنترنت لكي تصل إلى ٧٠% بفارق ٢٨% بين الفئتين . فهل من ليس لديهم إنترنت أحرص على وقت الأبناء أكثر ممن لديهم هذه الوسيلة ؟ أم أنهم يتعللون بالوقت الذي قد يخصصه الأبناء للإبحار مع الإنترنت وبوجود مواقع لا يرغبون أن يشاهدها الأبناء لإخفاء السبب الحقيقي وراء رفضهم دخول الإنترنت البيت والذي قد يكون لأسباب اقتصادية بالدرجة الأولى[1] ؟

جدول رقم "٢٥"
القلق بالنسبة للوقت الذي يقضيه الأبناء مع الإنترنت

القلق على وقت الأبناء أمام الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	١٥	٢٥	٢١
قلق إلى حد ما	٢٧	٤٥	٣٨
غير قلق	٣٨	١٩	٢٦
غير قلق أبدا	١٩	١٠	١٤
بدون إجابة	١	١	١

[1] نرى ضرورة الأخذ بهذا التساؤل في البحوث التي تجرى خصوصا مع انخفاض دخل الفرد .

٣ــ قلق الآباء من قيمة فاتورة الإنترنت

السؤال الآن هو : هل قلق الآباء بخصوص الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الإنترنت هنا يعود إلى حرصهم على وقت الأبناء أم إلى ارتفاع قيمة الفاتورة التي ســوف يســددونها مقابل استخدام الأبناء لشبكة الإنترنت ؟

جدول رقم "٢٦"
القلق من دفع قيمة فاتورة الإنترنت

القلق من قيمة فاتورة الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	٢٨	١٣	٣٧
قلق إلى حد ما	٢٩	٢٤	٣٢
غير قلق	٢٢	٣١	١٧
غير قلق أبدا	٢٠	٣١	١٣
بدون إجابة	١	١	١

(د) القلق من التسوق عن طريق الإنترنت

١ــ التسوق من الإنترنت

من الخدمات التي يوفرها الإنترنت لمستخدميه إمكانية التسوق عن طريقه ، بحجــز مقعد في إحدى قاعات السينما ، أو تذكرة قطار أو طائرة ، أو الاشتراك في رحلــة ســياحية داخل أو خارج الدولة ، والاشتراك في مزادات عالمية وهم في بيوتهم ...، حيث التحكم عن بعد أصبح من سمات المجتمع المعاصر ، عند تشغيل الأجهزة الإليكترونية في المنزل مثلا ، وفتح أبواب السيارات وغلقها ، ورفع سماعة التليفون لطلب وجبة من الوجبات الجاهزة ...

جدول رقم "٢٧"
التسوق من الإنترنت

التسوق من الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
كثيرا	١	ــ	ــ
من حين لآخر	٨	١	٤
نادرا	٩	ــ	٣
لم يحدث هذا أبدا	٨٢	٩٩	٩٣

٢ــ القلق من استخدام البطاقة الإئتمانية في الإنترنت

التسوق عبر الإنترنت ، والدفع عن طريق بطاقة ائتمانية ، يقلق المتعاملين مع هــذه الشبكة خصوصا بعد ظهور قراصنة للإنترنت أخبارهم تنشر في الصحافة العالمية والصحافة المحلية . ومن الطبيعي أن يقلق أي فرد من أن تقع بطاقته الائتمانية في أيدي أي فرد آخــر ؛ عند استخدامها في الشراء من الإنترنت ، أو أن تستخدم هذه البطاقة مرة أخرى بطريق الخطأ من الجهة التي يتعامل معها عبر الإنترنت .

وفي هذا البحث ، تتقارب نسبة المتخوفين من الدفع عبر الإنترنت في الفئة التي لديها إنترنت وفئة من ليس لديهم هذه الخدمة ، بالرغم من أن هذه الفئة الأخيرة التي ليس لديها هذه التقنية رأينا أن نسبة ضئيلة منها هي التي نادرا ما تتسوق عبر الإنترنت (١٨% بالنسبة لمن لدهم إنترنت مقابل ١% بالنسبة للآخرين) . بيانات الجدول السابق تشير إلى أن نسبة القلق من دفع قيمة ما يمكن شراؤه عبر الإنترنت لدى حائزي هذه الوسيلة تصل إلى ٧٥% بينما هي بنسبة ٨١% في فئة غير الحائزيين .

جدول رقم "٢٨"

القلق من دفع قيمة السلع عبر الإنترنت

القلق من دفع قيمة السلع عبر الإنترنت	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
قلق جدا	٤٤	٤٢	٤٣
قلق إلى حد ما	٣١	٢٩	٣٠
غير قلق	١٢	٩	١٠
غير قلق أبدا	١٣	١٨	١٦

(هـ) العوامل التي تدعو إلى القلق من استخدام الإنترنت

عرفنا فيما سبق أن علاقة أفراد العينة المدروسة في فرنسا بالإنترنت يشوبها القلق بالنسبة لبعض النواحي ، قلق بخصوص إمكانية أن يتعرض الأبناء لمواقع لا يستحسن أن يشاهدوها لسبب أو لآخر ، وقلق من الوقت الذي يمكن أن يضيعه الأبناء أمام الإنترنت ، وقلق لأسباب مادية تتعلق بقيمة فاتورة الإنترنت بسبب الوقت الذي يقضيه أفراد الأسرة في الإبحار مع الإنترنت ، وقلق مادي آخر بخصوص دفع فاتورة التسوق عن بعد عبر الإنترنت باستخدام بطاقة ائتمانية ، والذي لم ينتشر بعد في المجتمع المدروس . والجدول التالي يجمع أسباب القلق من الإنترنت لدى حائزيه وغير حائزيه .

جدول رقم "٢٩"

أسباب قلق الآباء من الإنترنت في العينة المدروسة

حيازة الإنترنت	أسباب قلق الآباء من الإنترنت في العينة المدروسة		
	القلق من دخول الأبناء في مواقع غير ملائمة	القلق من الوقت الذي يقضيه الأبناء مع الإنترنت	القلق من دفع قيمة الفاتورة عبر الإنترنت
لديهم إنترنت	٦٩	٤٢	٥٧
ليس لديهم إنترنت	٨٤	٧٠	٣٧
الإجمالي	٧٨	٥٩	٦٩

تشير الأرقام في الجدول السابق إلى أن قلق الآباء في إجمالي حجم العينة المدروسة من دخول الأبناء في مواقع غير ملائمة يفوق قلقهم من قيمة الفاتورة المرتفعة بسبب الإنترنت ، ويفوق قلقهم من الوقت الذي يقضيه الأبناء مع هذه الشبكة ، مما يؤكد ما سبق أن

أشرنا إليه من ضرورة الانتباه إلى العوامل الاقتصادية التي قد تختفي وراء تعلل المبحـوثين في الدراسات الميدانية بأسباب أخرى قد تبدو منطقية لبعض المحللين إلا أنها غير حقيقيـة .
والفرق في الأرقام التي يعرضها الجدول السابق كبير بين موقف من ليس لديهم إنترنت عـن الذين لديهم هذه التقنية وقد سبق وأشرنا إلى أن التجربة الحقيقية لغير حائزي الإنترنت تجعـل أحكامهم موضع شك ، ويحضرنا هنا المثل المصري الذي يقول :

ـ *" تعرف فلان ؟*
ـ *نعم .*
ـ *هل عاشرته ؟*
ـ *لا .*
ـ إذن أنت لا تعرفه ."

(و) وظيفة الإنترنت

لمعرفة وظيفة أو وظائف الإنترنت ، طلب من للمبحوثين اختيار فائدتين يلمسـهما كل منهم شخصيا لهذه الشبكة بالنسبة له ولأسرته ، وجاءت النتائج على النحو الذي يعرضـه الجدول التالي .

جدول "رقم ٣٠"
وظائف الإنترنت من وجهة نظر الآباء

وظائف الإنترنت من خلال التعرف على فوائد الإنترنت التي يلمسها المبحوث شخصيا	الاختيار الأول			الاختيار الثاني		
	لديهم إنترنت%	ليس لديهم إنترنت%	الإجمالي%	لديهم إنترنت%	ليس لديهم إنترنت%	الإجمالي%
وسيلة عملية للحصول على معلومات	٥٤	٤١	٤٦	٧١	٦٥	٦٧
وسيلة تربوية جيدة للأطفال	٩	٣٠	٢٢	٣٤	٥١	٤٤
وسيلة إعلام	٢٢	١١	١٥	٥٧	٣٥	٤٣
التعايش مع التكنولوجيا	١١	٩	١٠	٢٣	٢١	٢٢
التسوق دون الحاجة للخروج من المنزل	٢	٣	٣	٩	١٥	١٣
بدون إجابة	١	—	—	٣	٢	٣

وعند قراءة البيانات التي يقدمها الجدول عاليه ، نجد أن **الإنترنت بالنسـبة للعينـة المدروسة ، هو بالدرجة الأولى وسيلة سهلة للحصول على معلومات في إجمالي الإجابات للاختيارين معا وفي كل من الاختيار الأول والاختيار الثاني** كل على حدة ، حيث ترتفع قيمة هذه الفائدة في الاختيار الثاني لكي تصل النسبة لدي من لديهم إنترنـت إلـى ٧١% . **وفـي المرتبة الثانية ، يعد الإنترنت في هذه العينة وسيلة تربوية تفيد الأبنـاء وخصوصـا فـي الاختيار الثاني بالنسبة لمن ليس لديهم إنترنت** ، حيث نسبة هذه الفائدة ٥١% بينما من لديهم هذه التقنية قد ذكروا هذه الفائدة بنسبة ٣٤% في الاختيار الأول ، وفي الاختيـار الأول ٩%

فقط بالنسبة لمن ليس لديهم إنترنت ؛ فهل كانت نظرة مالكي الإنترنت للفائدة التربوية للإنترنت بنفس النسبة قبل حيازة هذه الوسيلة ثم عدلت مع وجود الإنترنت في البيت ؟ ربما ، خصوصا وترتيب **هذه الفوائد لدى من ليس لديهم إنترنت مختلف ، حيث تأتي في المقدمة** أنه وسيلة إعلام بنسبة ٣٠% ، **بعد كونه مصدرا للمعلومات بنسبة ٤١% ثم هو وسيلة إعلام من وجهة نظرهم بنسبة ١١% ؟ .**

أما الفائدة الإعلامية ، الوظيفة الإعلامية للإنترنت ، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بعد كونه مصدرا للمعلومات ، وأنه وسيلة تربوية ، بفارق كبير بين أن الإنترنت مصدر للمعلومات في الاختيار الأول بنسبة ٤٦% ، وبنسبة ٦٧% في الاختيار الثاني ، **بينما كونه وسيلة إعلامية فقد جاء بنسبة ١٥% فقط في الاختيار الأول و ٤٣% في الاختيار الثاني .**

ونرى في بيانات الجدول السابق **فائدة هامشية للإنترنت وهي التسوق "من منازلهم"** وهي بنسبة ٣% فقط في الاختيار الأول ، و١٣% في الاختيار الثاني ، ولكن من الغريب حقا أن ترتفع النسبة لدى الفئة التي ليس لديها إنترنت ، **فهي في الاختيار الثاني ١٥% مقابل** ٩% ، وفي الاختيار الأول ٣% مقابل ٢% ، ونعتقد أنه راجعا إلى تصور من ليس عندهم إنترنت للوظائف التي يمكن أن يؤديها الشبكة ، **بينما من لديهم إنترنت يقررون واقع فعلي** لإمكانيات الإنترنت .

(ز) استشراف مستقبل الإنترنت

الدراسات الاستشرافية من أمتع الدراسات التي يمكن أن يقوم بها باحث ، وقد سبق وتحدثنا عنها في كتابنا : **إشكاليات منهج البحث العلمي"** والذي نحيل القارئ المهتم إليه . واستشراف المستقبل بالنسبة لنا عشناه في طفولتنا في كتابات الأديب الفرنسي " جول فيرن"[١] (Jules VERNE) الذي قرأنا له روايات عديدة والتي نصنفها في فئة الكتابات التي يطلق عليها المصطلح الذي استحدث في السنوات الماضية بعد ظهور السينما والتليفزيون باسم "الخيال العلمي" . فقد كانت كتابات هذا الكاتب ترسم من بعيد خطوطا للمستقبل الذي تحقق حدوثه بعد صدور مؤلفات هذا المبدع بعشرات السنين ...

١ـ حاجات العينة التي يريدون أن يشبعها لهم الإنترنت مستقبلا

ذكرنا من قبل أن الدور الوظيفي للوسيلة الإعلامية يتحدد بمعرفة السبب الرئيسي الذي كان سببا في حيازتها ، ومعرفة الاستخدام الفعلي لها بعد الحيازة ، والذي من الممكن أن يتعدل مع مرور الزمن ، مع ظهور احتياجات جديدة أو تطلعات يرغب الفرد في أن تحققها له الوسيلة وتشبعها . وفي البحث المذكور هنا ، سئل أفراد العينة عن رغباتهم من الإنترنت ،

---

[١] ولد هذا الكاتب عام ١٨٢٨ في مدينة نانت بفرنسا وتوفي عام ١٩٠٥ في مدينة أميين ، ومن أشهر كتبه والتي تحول بعض منها لأفلام سينمائية ٨٠ يوم حول العالم ، وحول القمر ، ورحلة في باطن الأرض ، ومن الأرض للقمر ، وعشرين فرسخ تحت الماء ، و٨٠٠ فرسخ فوق الأمازون ، وخمسة أسابيع في بالون ، ورحلة عبر الهند ... ومعظم كتاباته تدخل تحت مصنف "الخيال العلمي" والذي تحقق معظمه بعد ذلك . وما زلنا نذكر على سبيل المثال روايته "حول العالم في ٨٠ يوم" بأسماء الشخصيات المحورية للقصة ودور كل منهم ، وسمات الشخصية البريطانية ، واختلاف التوقيت ، وعادات الهنود ...

عن ماذا يحبون وينتظرون ورغباتهم من الإنترنت في المستقبل ، أو بأسلوب آخـــر ، ســـئل المبحوثين عن حاجاتهم التي ينتظرون من الإنترنت أن يشبعها لهم ، فجاءت النتييجة كما هـــو مبين في الجدول التالي والمرتبة تنازليا بحسب نسب ترددها .

جدول رقم "٣٠"

رغبات العينة من الإنترنت في السنوات القادمة

رغبات العينة	لديهم إنترنت %	ليس لديهم إنترنت %	الإجمالي %
إنجاز الأعمال الإدارية من المنزل	٦٥	٤٧	٥٣
مواقع تربوية أكثر	٤٣	٥١	٤٨
خدمات عملية (١)	٣٧	٤٢	٤٠
مواقع للتعليم المستمر للكبار	٢٣	٢٢	٢٣
معلومات أكثر مصداقية	١٥	٢٥	٢١
إمكانية التسوق بأمان	٢٧	١٤	١٨
	١٦	١٢	١٣
مواقع أكثر لوسائل شغل وقت الفراغ	١٢	١٢	١٢
مواقع أكثر حيوية	٤	٦	٥
بدون إجابة	٣	٤	٤

٢ــ الدفع مقابل الحصول على خدمات جديدة

تقديم خدمات أكثر من الإنترنت ، مثل الاعتماد على الإنترنت لإنجاز أعمال إدارية "من منازلهم" ، والذي طالب به أكثر من نصف العينة حيث ترتفع نسبتهم بـــين مـــن لـــديهم إنترنت إلى ٦٥% مقابل ٤٧% في الفئة التي ليس لديها إنترنت ، والخدمات العملية ... والتي ينتظرها المبحوثون من الإنترنت ، تتطلب من المشتركين في هذه الخدمة دفع مقابل مادي . وعند سؤال عينة الدراسة عما إذا كان المبحوث مستعد شخصيا للدفع مقابل الحصول علـــى خدمات أكثر دقة وكاملة ، خرج البحث بالنتيجة التالية ، حيث يلاحظ أن الفئة التي ليس لديها إنترنت مستعدة لدفع هذا المقابل بنسبة أكبر من لدى المنتفعين فعلا بهذه الخدمة (٤٧% مقابل ٣٤% على التوالي) :

جدول رقم "٣١"

الاستعداد لدفع قيمة خدمات جديدة للإنترنت

الاستعداد لدفع قيمة خدمات أفضل	لديهم إنترنت	ليس لديهم إنترنت	الإجمالي
مستعد	٣٤	٤٧	٤٣
غير مستعد	٦٢	٤٧	٥٢
بدون إجابة	٤	٦	٢

٣ــ تأثير مرتقب للإنترنت في استشراف المستقبل

في دراسة استشرافية طبقت في فرنسا قبل أيام قليلة من كتابة هذه الســـطور (فـــي ١٤ــ١٥ نوفمبر ٢٠٠٢م) على عينة قوامها ١٠٠٠ مفردة ممن يبلغون من العمر ١٨ ســـنة

(١) إعلانات عن ظائف ، حجز تذاكر سفر ، عناوين للخروج ...

فأكثر ، سئل المبحوثون عن تصورهم لما يمكن أن يكون عليه الحال بعد ٢٠ سنة بخصوص بعض الموضوعات التي من أهمها موضوع الإنترنت ، هذه التقنية الحديثة التي كسرت كل الحدود (بالمفهوم الواسع لهذه الكلمة) والتي ألغت من قاموس "العولمة" كل ما يمكن تصوره من "محذورات" (Tabou) ، سواء ما يتعلق منها بالدين أو بالسياسة أو بالجنس ...

وفيما يلي تصور المبحوثين ودرجة تقبلهم بالنسبة للتأثير المتوقع للإنترنت بعد عشرين سنة من الآن .

جدول رقم "٣٢"
التأثير المتوقع للإنترنت

التأثير المتوقع للإنترنت	درجة الموافقة			
	لديهم إنترنت		ليس لديهم إنترنت	
	موافق جدا	موافق	غير موافق	غير موافق إطلاقا
إنجاز الأعمال الإدارية من المنزل	١٥	٤٤	٢٨	٨
	٥٩		٣٦	
التعليم سوف يكون عن بعد	٦	٣٠	٤١	١٦
	٣٦		٥٧	
إجراء العمليات الجراحية عن بعد	١٤	٣٩	٣١	١٠
	٥٣		٤١	
العلاقات الاجتماعية سوف تضعف	٣٢	٤٢	١٦	٦
	٧٤		٢٢	

وعند إجراء هذه الدراسة الاستشرافية لمستقبل الإنترنت من وجهة نظر العينة المدروسة والموضح نتائجها في الجدول السابق ، نرى أمامنا تأثيرات للإنترنت سلبية وأخرى إيجابية ، ويظهر تأثير الإنترنت السلبي على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ، خصوصا داخل الأسرة ، والذي لمسناه شخصيا ، وكذلك أفصحت عنه بعض حالات في المجتمع السعودي في دراساتنا الميدانية ، والتي سبق لنا التنويه عنها وعن هذه النتيجة بالذات في سطور سابقة .

وهنا ، وبنسبة كبيرة تصل إلى ٧٤% ، أي قرابة ثلاثة أرباع العينة المدروسة تتفق على أن الإنترنت ، هذه التكنولوجيا الحديثة ، يتسبب في الحد من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ويضعفها وذلك عن تجربة شخصية للمبحوثين الذين يأخذون بهذا الرأي ، مقابل ٢٢% فقط ممن لا يملكون هذه التقنية ، فالتجربة والمعايشة للمستحدثات هي التي تحكم مدى صحة هذا الفرض .

فهل نرفض التطور التقني ؟ أم من الضروري أن يقنن الأفراد ويرشدون علاقتهم بهذه التكنولوجيا وبأي تكنولوجيا متطورة جديدة ؟

وبيانات الجدول السابق تشير أيضا إلى ارتفاع نسبة الموافقة علـى أن "الإنترنـت سوف يسمح بإنجاز الأعمال الإدارية في المنزل" إلى ٥٩% (أوراق مطلـوب اعتمادهـا أو استخراجها من جهات رسمية ...)لدى الفئة التي تمتلك هذه التقنية ، مقابل ٣٦% عند غيرهم. ونفسر هذا الاختلاف بين الفئتين إلى تعايش الفئة الأولى الفعلي مع الإنترنـت ، ومعـرفتهم بقدرات هذه التقنية ، ومتابعتهم تطوراتها ، وإدراكهم مستقبلها ، أو أن هؤلاء اعتادوا قضـاء بعض أمورهم بالاستعانة بالإنترنت وهم في منازلهم وأصـبحوا ممـن يـؤثرون الدعـة والاستكانة ، يقبعون في منازلهم وينجزون أمورهم بالضغط على أجهزة تحكم عـن بعـد ، والذي قد يصل بهم إلى حد الكسل والتراخي . وطبيعة هؤلاء نلمسها بشكل غير مباشر فـي العينة بموافقتهم على أن الأطباء سوف يجرون العمليات الجراحية عن بعد ، فقد تعود هؤلاء على عدم الحـركة والبقاء في أماكنهم وتأتيهم الأشياء جاهزة للاستهلاك .

وفي مقابل ذلك ، يختلف الوضع بالنسبة لمن وافقوا على أن التعليم سوف يكون عن بعد ، حيث تهبط النسبة لدى مالكي الإنترنت إلى ٣٦% وترتفع بالنسبة للفئة الأخـرى إلـى ٥٧% ، وقد سبق وأشرنا إلى اهتمام ذوي الثقافة العالية بالإنترنت . فهل هذا يشير إلى وجود علاقة بين المستوى الثقافي وحيازة الإنترنت ؟ وأن ذوي المستوى الثقافي المنخفض يرنـون ويتطلعون لوسيلة ترفع من ثقافتهم ؟ وهل سنرى اليوم الذي أشار إليه مثقف فرنسي عنـدما قال إن تلك الفئات التي تسعى وتبحث عن الثقافة سوف تستمر في طريقها لا يعوقهـا عـائق بينما المثقفون يشاهدون "مادونا" ويتجمدون عند الدرجة التي وصلوا إليها في التعليم والثقافـة بينما الآخرون يتقدمون ... ؟ الأمثلة لدينا كثيرة ، ولكن نفضل ترك القارئ يبحث في محيطه عن صور للفئتين ليقارن بينهما .

وفي ختام هذا العرض لنتائج أحدث البحوث التي تناولت هـذه الوسـيلة التقنيـة الحديثة ، الكمبيوتر ذا النهايات الطرفية ، الإنترنت ، والتي ظهر بالبحث أنها وسيلة للحصول على معلومات ووسيلة تربوية تفيد النشء أكثر من كونهـا وسيلة للإعلام ، هذه الوسـيلة التي نراها وسيلة تفاعلية بلا حواجز ، جديرة بأن تحوز انتباه الباحثين في مجـال الإعـلام . وقد سبق لنا شخصيا أن تقدمنا لمجلس قسم الإذاعة (فـي أول فبرايـر ٢٠٠١م) بتصـورنا لمشروعات البحوث التي نود أن يهتم بها القسم والكلية ، وركزنا في هـذا المشـروع علـى أحدث المناهج البحثية وأهم النظريات التي يمكن أن تكون نواة لبحوث المستقبل ، وخصوصا البحث عن التأثير النفسي والاجتماعي للوسائط الحديثة ، وحددنا عددا من الموضوعات التـي نشعر بأهميتها ومن بينها موضوع الإنترنت حيث حددنا لدراسته المحاور التالية :

- تأثير الحاسب الآلي على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة
- الآثار المتوقعة للإنترنت
- الاتصال من خلال الإنترنت
- الإعلام في الإنترنت
- صورة الإسلام والسلمين التي يقدمها الآخر على الإنترنت

واهتم بعض زملاء في القسم بهذه الخطة البحثية لقسم الإذاعة ، حيـث قـدم مـثلا الزميل أشرف جلال ورقة عن الرسائل الإلكترونية غير محددة الهوية التي وصلته على شبكة الإنترنت ووجدها في صندوق بريده الإلكتروني وناقشها في المؤتمر العلمـي الـذي عقدتـه جامعة القاهرة في إطار الاحتفال بعيد العلم الأخير (٢١-٢٣ ديسمبر ٢٠٠٢م) ، كما سجلت رسالة ماجستير تحت إشرافنا عن صورة المسلمين على مواقع شبكة الإنترنت غير العربية...

الفصل الرابع
التليفزيون من منظور اجتماعي

تمهيد

المبحث السابع : الدور الوظيفي للتليفزيون
المبحث الثامن : التليفزيون المصري: دراسة مقارنة

الفصل الرابع
التليفزيون من منظور اجتماعي

تمهيد

نخصص المبحث الأول من هذا الفصل للحديث عن التليفزيون في الدول النامية بصفة عامة ودوره الوظيفي في هذه المجتمعات ، وذلك قبل أن نتكلم في المبحث التالي عن التليفزيون المصري من منظور اجتماعي ، حيث نقارنه بالتليفزيون في العالم العربي ودول إسلامية أخرى ، وفي الدول الأفريقية ... ، والتي إلى كل منها تنتمي مصر .

المبحث السابع
الدور الوظيفي للتليفزيون

أولا ـ التليفزيون في الدول النامية

عرفنا فيما سبق أن التليفزيون بدأ ينتشر في الدول النامية منذ عام ١٩٦٠م وأن مصر كانت من أوائل هذه الدول التي أدخلت التليفزيون في أراضيها ، وعرفنا أن هناك دائما فجوة كبيرة بين توزيع أجهزة التليفزيون بين الدول المتقدمة والدول النامية ... ؛ فبينما كان يوجد ٣٥٣ جهاز لكل ألف نسمة في الدول المتقدمة صناعيا في نهاية السبعينيات ، لم يكن يوجد سوى ٢٩ جهازا فقط لكل ألف نسمة في العالم النامي .

ومن الجدير بالذكر ، أننا كنا قد بدأنا نلمس تحسنا ملحوظا في توزيع أجهزة التليفزيون بين العالمين المتقدم والنامي في إحصائيات عام ١٩٧٩م ، فقد ضاقت الفجوة بينهما في مجال حيازة أجهزة التليفزيون بنسبة ١٢,١٧ : ١ ، بعد أن كانت هذه النسبة عام ١٩٦٥م مثلا ٢٣ :١ ، مما يجعلنا نتفاءل بإمكان زوال هذه الفجوة يوما ما ؛ أو تضييقها على الأقل .

ولكن ، في مجال عقد المقارنة بين عدد أجهزة التليفزيون في العالم النامي والعالم المتقدم ، يجب أن نأخذ في الحسبان عدة عوامل قد تؤثر في تحديد نسبة التعرض لهذا الجهاز إذا نظرنا إلى النقاط التالية :

١ــ عدد أفراد الأسرة الواحدة يختلف اختلافا كبيرا في الدول المتقدمة صناعيا عنه في الدول النامية[١] .

٢ــ لم يصبح التليفزيون حتى الآن جهازا شخصيا ، وخاصة في الدول النامية حيث لا تسمح الدخول المتواضعة بأن نتصور أن المشاهدة يمكن أن تتم بصورة فردية .

٣ــ في الدول النامية لا تنحصر مشاهدة برامج التليفزيون على أفراد الأسرة الواحدة التي لديها جهاز استقبال ، فهي تفتح أبوابها لاستقبال الأقارب والجيران والأصدقاء والزملاء ممن ليس لديهم تليفزيون ويرغبون في مشاهدة البرامج ، وهذا ينسحب أيضا على مشاهدة الفيديو ، بل وقد تستضيفهم الأسرة التي لديها الجهاز لمشاهدة سهرة تليفزيونية أو شريط فيديو[٢] .

---

(١) للاستزادة في هذا الموضوع ، ارجع إلى دراستنا : "مورفولوجية الأسرة المصرية" في كتابنا : الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي . مرجع سابق .

(٢) ارجع إلى "الفيديو في الهند وفي مصر" . في كتابنا : الأقمار الصناعية والتنمية : تجربة هندية . مكتبة نهضة الشرق . القاهرة ، ١٩٨٨م .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الموقف الحالي بالنسبة للدول العربية أفضل بكثير بالنسبة للوضع في دول نامية كثيرة لأننا يجب ألا ننسى أن من بين الدول العربية توجد دول البترول الغنية ، والتي تختفي منها وسائل ترفيه أخرى مثل السينما والمسرح ...

(أ) خصائص التليفزيون ووسائل الإعلام الأخرى في الدول النامية

بدخول الدول النامية عصر التليفزيون منذ عام ١٩٦٠م ، ظهرت بوادر حرب خفية . ففي هذا التاريخ ، كانت كثير من الدول النامية إما مستعمرة أو تحت سيطرة أجنبية أو خرجت لتوها من تحت نير الاستعمار .

ويمكن القول بأن "الغزو" الأجنبي عن طريق البرامج ، من مسلسلات وحلقات وأفلام — على الأقل من وجهة نظرنا — دليل على عجز هذه الدول النامية ، كما يشير أيضا إلى تبعيتها لقوى أجنبية ، وهو "استعمار ثقافي" جديد من بلاد العم سام إذا أردنا التعبير عن أفكارنا بصراحة ودون أي مواربة ، والذي أفصح عنه مسؤول فرنسي بخصوص الأفلام الأمريكية التي تعرض في عدد كبير من صالات السينما في فرنسا ، ومقارنة ذلك باختفاء الأفلام الفرنسية من صالات السينما في الولايات المتحدة الأمريكية .

فإذا كانت أمريكا لم "تسعد" يوما بأن تكون دولة مستعمرة على المستوى السياسي مثل بعض دول أوربية ، وفشلت في الاحتلال العسكري في فيتنام ، فإنها عن طريق السينما قبل التليفزيون قد استطاعت أن تثبت وجودها بوصفها قوة مستعمرة ، صورة جديدة من صور الاستعمار ، وهو ما أطلقنا عليه يوما اسم : استعمار عن طريق "الكوكا" أو بسلاح الكوكا(**Coca-colonialism**)[١] ، ثم الهمبورجر ...

(ب) التفوق الأمريكي في مجال التليفزيون

يمكن تفسير التفوق الأمريكي في مجال التليفزيون وفنونه (عدد الشبكات "الأخطبوطية" وعدد قنوات التليفزيون وعدد ساعات البث والخبراء والباحثين والبرامج ...) تحت ضوء عوامل عديدة أهمها ما يلي[٢] :

١— قدم ظاهرة السينما الأمريكية التي وضعت استوديوهاتها بكل معداتها وأجهزتها وكوادرها تحت تصرف التليفزيون .

٢— استقرار الولايات المتحدة في بداية عهد التليفزيون ؛ فقد اشتعلت الحرب العالمية الثانية بعيدا عن الأراضي الأمريكية (ونحن نقصد هنا ميدان المعركة نفسه)

---

(١) E. El SHAL . – La responsabilité ... *Op. Cit.*

(٢) Jacques MOUSSEAU . – "les enfants et la télévision" . *in* : **Communication et langages** , 30 , 1976 .

٣ـ ازدهرت البحوث الخاصة بالعلوم الإنسانية في الولايات المتحدة لتوافر الإمكانيات .

٤ـ ساعدت الحكومة الأمريكية البحوث الخاصة بالتليفزيون وشجعت تطويرها وساهمت بالإنفاق عليها .

٥ـ ساهمت الشركات الأمريكية الكبرى في تمويل الأبحاث وشجعت تنفيذها ، فإن من شأن هذه البحوث مساعدة الشركات في تحديد جمهورها ومعرفة خصائصه والاستفادة من هذه النتائج عند تصميم الإعلانات ووضعها بذكاء على خرائط البرامج بالنسبة للإذاعة بالراديو والتليفزيون ...

وهكذا ، ساعدت البحوث ، مع استقرار الدولة ، ومع الخبرة الطويلة في مجال السينما... ، في أن تتقدم أمريكا في مجال برامج التليفزيون التي امتازت بالجودة وبالوفرة ، في استوديوهات مجهزة ومتطورة ، بالإضافة إلى وجود ممثلين وفنيين وخبراء متخصصين لهم خبراتهم وشهرتهم العالمية(١)...

وقد أدت وفرة الإنتاج الأمريكي للمواد الدرامية بصفة خاصة إلى تقديم مواد بأسعار بخسة أقل بكثير من مثيلاتها في حالة ما إذا أرادت الدول النامية إنتاج برامج مماثلة ، بل وعدم إمكانية ذلك في ظل الظروف الاقتصادية والتقنية لهذه الدول ، مما يسمح بانتشار البرامج الأمريكية التي تتميز بالإبهار ، على مستوى العالم ، بل ويتم ذلك أحيانا في شكل هبات . وتقوم أكثر من ١٦٠ شركة بإنتاج برامج التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية بتوزيع ٢٠٠٠٠٠ ساعة من البرامج سنويا على مستوى العالم كله(٢) ، وتحتل أمريكا بذلك المرتبة الأولى في توزيع برامج التليفزيون ، تليها إنجلترا التي توزع ٣٠٠٠٠ ساعة ثم فرنسا ، فألمانيا الاتحادية واليابان ...

ويظهر التفوق الأمريكي أيضا في مجال الأخبار ، حيث يشير المسؤولون والمتخصصون إلى أن نسبة التدفق الإخباري من الدول الرأسمالية بصفة عامة ، ومن أمريكا بصفة خاصة ، إلى الدول النامية تزيد ١٢ مرة أكثر من الاتجاه العكسي ، من الدول النامية إلى الدول الرأسمالية(٣) ، وهذا لمسناه أيضا بالنسبة لتدفق الأخبار على الشبكة الأوربية "اليوروفيزيون" (EUROVISION)(٤) والتي تضم دولا نامية من بينها مصر(٥). وتفوق الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الأخبار على مستوى العالم لمسناه جميعا من خلال شبكة

---

(١) راجع كتابنا : الإعلام الدولي .. *مرجع سابق* .

(٢) **Les mass media en URSS :** Principes , expérience . 1979 .

(٣) ***Idem .***

(٤) "الدول النامية على شبكة اليوروفيزيون" في : الأقمار الصناعية والتنمية . *مرجع سابق* .

(٥) للاستزادة ، ارجع إلى : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية : دراسة لشبكات التليفزيون. *مرجع سابق*.

"سي إن إن" (**CNN**) الأمريكية في أثناء حرب تحرير الكويت[1] ، والذي ما زلنا نلمسه بالنسبة لهذه الشبكة حتى مع ظهور شبكات أخرى عالمية للأخبار مثل "اليورونيوز" (**EURONEWS**) والناطقة بعدة لغات .

أما القول بظهور شبكات أو قنوات إخبارية عربية مثل "إيه إن إن" (**ANN**) ، فإن ذلك لم يحقق التوازن بالنسبة لتدفق الأخبار بين الشمال والجنوب ، بسبب أن هذه "الشبكة" ناطقة باللغة العربية ، أي أننا من خلال هذه الشبكة نتحدث إلى بعضنا بعضا بعيدا عن الآخر ، وربما يكون الموقع الإسلامي: "**Islam on line**" أول بادرة إسلامية لنقل صورة سليمة موجهة إلى الآخر . ويقال إنه توجد مواقع أخرى نرجو مراقبتها ومراجعتها لتصويب ما قد ينشر دون الرجوع إلى النصوص الشرعية[2].

ووفقا لتقرير "شين ماكبرايد" ، يؤثر التدفق "غير المتكافئ" للإعلام على الثقافة الوطنية في الدول النامية . فإن الأدباء في هذه الدول ، والموسيقيين ، وكاتبي السيناريو ، وغيرهم من فناني الشاشة الصغيرة سوف يعانون من هذه البرامج المستوردة التي تحتل المركز الأول ليكونوا هم في الصف الثاني . ويشير التقرير أيضا إلى أنه إذا حاول هؤلاء الوطنيون تقليد البرامج الأجنبية ، فإن ذلك لن يغير من الوضع في أي شيء ؛ لأنهم سوف يقومون عندئذ بتقديم القيم الأجنبية ، وبصور مشوهة[3].

وتواجه الدول النامية ، عند إعداد برامج التليفزيون ، عدة مشاكل من نوعيات مختلفة : مادية وتقنية وفنية .. ، وقد يفسر ذلك رجوع منتجي هذه النوعية من البرامج إلى المصدر الأجنبي للاستعانة بالبرامج الجاهزة المستوردة لبثها على جماهيرها .

وهذه المشكلة ، أي البحث عن البرامج الجاهزة ، ليست مشكلة خاصة بالدول النامية فقط ، بل هي على المستوى الدولي .. ، فأينما نذهب ، يمكننا أن نتابع "المرأة الحديدية" ، و "انسات تشارلي" و "الرجل الذي يساوي المليار" .. ، والذي شاهدنا مسلسلا منها في بداية العقد الماضي على شاشة التليفزيون في موسكو مع الإشارة في بداية كل حلقة إلى أن هذا المسلسل يصور الحياة في دولة رأسمالية . وهذه الحلقات الأمريكية ، ولتفوق الولايات المتحدة في هذا المجال وعلى المستوى الاقتصادي والعسكري والتكنولوجي .. ، رسخت وحددت صورة ، "كليشيه" (Stéréotype) ، لشخصية البطل في نهاية النصف الثاني من القرن العشرين ، والذي يمكن أن يعيش حتى نهاية النصف الأول من القرن الواحد والعشرين طالما ظلت السيادة العالمية في يد الولايات المتحدة الأمريكية ..

كذلك تقدم لنا حلقات "دالاس" و "بيتون بليس" و "بيري ماسون" وغيرها من المسلسلات والحلقات الأمريكية ، وفي أي مكان على سطح الأرض ، نماذج من الحياة الأمريكية المادية ، سواء كان المشاهد لها تحت خيمة في صحراء عربية ، أو في كوخ على

---

(١) تحدثنا في صفحات سابقة عن مقولة ماكلوهان بخصوص وقوع زلزال في دولة نامية . وهنا نسرد واقعة قد تؤكد كلامه ، وهي أن الشبكة استفتت الجماهير في أمريكا لمعرفة ما إذا كانوا يرغبون في مشاهدة ضرب العراق على الهواء مباشرة ؛ وقد حصل .

(٢) تم تسجيل رسالة ماجستير تحت إشرافنا في قسم الإذاعة .لدراسة المواقع التي تتحدث عن الإسلام باللغة الإنجليزية .

(٣) MacBRIDE , *Op. Cit.*

مياه نهر في جنوب شرق آسيا ، أو بين الأشجار في غابة من مجاهل أفريقيا . ومن الجدير بالذكر ، أن عدد المشاهدين للمسلسل الأمريكي "بوننزا" (Bonanza) الذي تم توزيعه عالميا قد قدر بحوالي ٣٥٠ مليون مشاهد في ٥٩ دولة(١) .

وعندما تجرى دراسة على مسلسل "دالاس" مثلا ، سوف لا نفاجأ إذا فاق عدد المشاهدين هذا الرقم بعشرات الملايين ؛ فقد احتلت مشاهدة "جي آر" (J. R. EWING) أعلى معدل للمشاهدة في نوفمبر عام ١٩٨٠م . وتشير مؤسسة "نيلسون" للأبحاث إلى أن هناك أكثر من ٤١,٤ مليون منزل تشاهد هذه الحلقات التي تسوقها الشبكة الأمريكية "سي بي إس" (CBS)(٢) بحوالي ٥٠٠٠٠٠ دولار للدقيقة الواحدة(٣) .

ومن المعروف اقتصاديا ، أن ما يمكن الحصول عليه دون مقابل كبير وبسهولة تامة ، ليس دائما هو أفضل الموجود . إلا أن الدول النامية التي تضطر لشراء أو استئجار البرامج أو قبول برامج تقدم لها في صورة "هدايا" ، والتي قد لا تكون صالحة للعرض لأسباب متعددة ، قد تستخدم مثل هذه البرامج في ملء الفراغ على خريطة برامج التليفزيون دون أي نفقات مادية تذكر(٤) .

وغني عن البيان طبعا ، أن الدول النامية تلجأ إلى أمريكا لكي تحصل على البرامج ، كما أنها قد تلجأ أحيانا إلى اليابان التي يقال عنها إنها مستعدة لتقديم كل التسهيلات الممكنة للدول النامية في مجال التليفزيون(٥) (وقد شاهدنا على شاشة التليفزيون المصري مسلسلا يابانيا ("أوشين") ، إلا أن تكرار التجربة لم يحدث حتى الآن ، ويستمر عرض المسلسلات الأمريكية ، المسلسل تلو المسلسل .

هذا "الغزو" الأجنبي ، إذا كان من الممكن استخدام هذه الكلمة الآن دون حرج ، لا يتوقف عند هذا الحد بالنسبة للدول النامية . فإنه بالإضافة إلى هذه البرامج المحلية ، يتصور "أنطوني سميث" (Anthony SMITH) أن الغزو الأجنبي يمكن أن يحدث دون أن نشعر ، وذلك عندما يتم تدريب الفنيين في أمريكا ، أو في أي دولة أخرى متقدمة صناعيا ، بل وعندما تمد هذه الدول المتقدمة دول العالم النامي بالمعدات لمثل هذه الصناعة(٦) .

---

(١) Wilson DIZARD . – "Television , A World Views" . Syracuse University Press, New York , 1966 . Paraphrasé in : W. SCHRAMM & D. LERNER (ed.) . – Communication and Change . *Op. Cit.*

(٢) Colombia Broadcasting System .

(٣) Warren AGEE , PHILIP AULT & Edwin EMERY . – **Introduction to Mass Communication** . 7th Ed. Harper & Row Pub. New York , 1982 .

(٤) Frederick T. C. YU . – "Research Priorities in Development Communication" . in : SCRAMM & LERNER . – *Op. Cit.*

(٥) Koyo HIDETOSHI . – "Global Instantaneousness and Instant Globalism : The Signification of Popular Culture in Developing Countries" in : SCHRAMM & LERNER . *Idem* .

(٦) Anthony SMITH . – **The Geopolitics of Information** : How Western Culture Dominate the World . Faber & Faber Limited . Great-Britain , 1980 .

ولكن ، ما يهمنا نحن في هذا الموضوع ، هو العنصر البشري ، حيث يؤكد "تانستول" (Jeremy TUNSTALL) على ما قاله "سميث" ، ويضيف أن هؤلاء الأشخاص الذين يدربون في الدول المتقدمة يواجهون أبناء جلدتهم في أوطانهم بكل ثقل ثقافتهم الأجنبية التي يحملونها . فإذا كان على هؤلاء أن يقودوا بلادهم في طريق التنمية ، فإنهم — بثقافتهم الأجنبية هذه — سيسلكون دروبا خاطئة ؛ بعد أن أصبحت الأفكار التي يؤمنون بها تتعارض مع ما هو سائد بين جماهيرهم ، ويؤثر تكوينهم الفكري والثقافي على ما يقدمونه من برامج يدعون أنها "وطنية" ، هذا إذا لم يستمروا في تقديم المواد الأجنبية صراحة[١] .

تأصيلا على ما سبق ، يمكننا أن نطرح الفرض التالي : التليفزيون في الدول النامية يعرض دائما قيما أجنبية في برامجه ، سواء في ذلك عن طريق البرامج المستوردة أو من خلال تلك البرامج التي تسمى بالبرامج الوطنية المحلية ، وخاصة ذات المضمون الترويحي .

ولقد استندنا في صياغة هذا الفرض ، كما لمس القارئ ، على ما كتبه بعض المهتمين بهذا الموضوع ، بالإضافة إلى ما شاهدناه خلال زياراتنا لبعض الدول ومتابعتنا لبرامجها على الشاشة الصغيرة . وعند فحص برامج التليفزيون المصري في عام ١٩٨١م[٢] ، أثبت التحليل الذي قمنا به صحة هذا الفرض مؤيدا بذلك عدة محاولات قمنا بها خلال سنوات عديدة من البحوث المتواصلة ، وهذا يجعلنا نرفع إصبع التحذير منبهين المسؤولين إلى ضرورة وضع حد لهذا الموضوع لخطورته ، ولكي يكون لتليفزيون مصر هوية خاصة به تميزه عن غيره من تليفزيونات الدول الأخرى .

والخطورة التي تكمن وراء بث قيم أجنبية على شاشات التليفزيون القومي ترجع إلى أن الفرد في الدول النامية ، وهو في الغالب إنسان أمي وريفي .. إذا حاولنا رسم صورة "كليشيه" له ، هذا الإنسان ، سوف يشعر في يوم ما بأن التليفزيون قد أهمله ، وأنه لا يهتم بمشاكله (والتليفزيون هنا يمثل الدولة التي ينطق باسمها) ، والتليفزيون كما هو معروف يضفي مكانة على الأشخاص وعلى الأشياء التي تظهر على شاشته[٣] ، بل وأن هذا المجتمع يتجاهله ، ولا يشعر به ، أي أنه يعيش مُهمشا في هذا المجتمع ، وهذا من شأنه أن يجعل هذا الإنسان يفقد الدافع للمساهمة فيه (Participation) ، فلا يتعايش معه ، ولا يندمج فيه . وهذا يعني أننا سوف نجد أنفسنا في يوم ما أمام مجتمع فقد أهم خصائص مفهوم كلمة "مجتمع" ،

---

(١) Jeremy TUNSTALL . – **The Media are American :** Anglo American Media in the World . Constable , 2d. Ed. . London , 1978.
- Anthony SMITH . ***Op. Cit.***

(٢) انظر كتابنا : "المسؤولية الاجتماعية للتليفزيون في الدول النامية" (باللغة الفرنسية) . **مرجع سابق** .

(٣) استغلت الإعلانات التجارية في الخارج هذه النقطة ، وأصبحنا نقرأ على المنتجات التي تروج لها على شاشة التليفزيون جملة "شوهد على شاشة التليفزيون" (*Vu à la télé*) .

وأهم مقوماته ، وهو الانسجام والتجانس . وقد يدعونا هذا لطرح عدة قضايا جديرة بالدراسة المتأنية والواعية المتعمقة ، عن الوظائف غير المرغوب فيها في التأثير السلبي للتليفزيون على مستوى المشاركة السياسية .

ثانيا ــ الوظائف غير المرغوب فيها لوسائل الإعلام على المستوى السياسي

موضوع الوظائف غير المرغوب فيها لوسائل الإعلام والتي يمكن أن يكون لها تأثير سلبي ، بل هي في حد ذاتها تأثير سلبي لوسائل الإعلام بصفة عامة ، والتليفزيون هنا بصفة خاصة ، وخصوصا على المستوى السياسي ، يحتاج لدراسات مستفيضة ، إلا أننا سوف نكتفي هنا بتحديد رؤوس أقلام في هذا الخصوص .

١ ــ الشك السياسي (Cynisme)

ويظهر هذا الجانب من تأثير وسائل الإعلام في احتقار الفرد العرف والتقاليد والرأي العام والأخلاق الشائعة ، كما يظهر في تسفيه العمل السياسي وعدم الثقة في رجال الحركة السياسية وفي أولي الأمر ...

٢ ــ عدم المبالاة والخمول (Apathy)

ويتمثل في عدم الاهتمام بالأفراد أو المواقف أو الظواهر ، وفي عدم الاعتراف بالمسؤولية الشخصية أو تحملها ، وكذلك في فقدان الشعور والحساسية بعواطف الآخرين ...

٣ ــ الاغتراب (Anomie)

وهو شعور الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يحسان به ولا يعنيهما أمره ، وبأنه مزدرى من هذا المجتمع ولا قيمة له فيه ، ومن شأن هذا الشعور أن يؤدي إلى فقدان الفرد الحماس والدافع للمشاركة الفعالة .. ، هذا وقد ربط بعض الباحثين بين حالة الاغتراب هذه وبين الشخصية المتسلطة ، مما قد يفسر ظهور بعض الجماعات المتطرفة على مستوى العالم النامي بوجه خاص في النصف الثاني من القرن العشرين . وفي هذا يفسر الباحث الأمريكي "دانييل ليرنر" ما يحدث في العالم النامي من ثورات بأن ذلك يرجع إلى انتشار وسائل الإعلام في هذه الدول النامية ، وبخاصة التليفزيون . فقد أدت وسائل الإعلام إلى انفتاح شعوب هذه الدول على العالم ومعرفتها لما يعيشه أبناء الدول المتقدمة ، ومقارنة شعوب الدول النامية حالها بحال هؤلاء الذين يعيشون في دول ديمقراطية متقدمة ، وهذا أدى إلى خلق نوع من التطلعات لدى شعوب الدول النامية من الصعب إشباعها في ظل الظروف الاقتصادية والسياسية... التي تعيش فيه شعوب الدول النامية . هذه التطلعات ، وعدم إشباعها ، هو السبب الذي يفسر اندلاع هذه الثورات في الدول النامية .

٤ ــ التبعية (Alienation)

مفهوم التبعية من وجهة نظرنا يعني فقدان الفرد لحريته ، لذاتــه ، وذلك بسبب عوامل خارجية ، اقتصادية وسياسية ... ، وبذلك فــإن حالــة التبعية هذه تعتبر رد فعل لحالة الاغتراب السابق الإشارة إليها ، وذلك عندما يعتقد فرد أن السياسة ــ أو الحكومة ــ في بلده يسـيّرها آخـرون لصــالح جماعات معينة ، وأن هذا يتم على أسس وقواعد غير عادلة ، فتكون النتيجة أن يصبح الفرد أسيرا وعبدا لبعض الأفكار الخاطئة ، هـذا إذا لـم تأسـره تيارات معادية لقيم المجتمع والتي يمكن أن يتبناها هذا الفـرد ويتبعهـا دون وعي ..

ثالثا ــ مجابهة الغزو الأجنبي في تليفزيون الدول النامية

إذا كنا تكلمنا هنا عن السيطرة الأجنبية ؛ خاصة الأمريكية علـى سـوق البـرامج الترويحية مثل المسلسلات والأفلام وما شابهها ، فلقد أكد مؤلـف كتـاب "وسـائل الإعـلام أمريكية" (The Media are American) أنه يكفي لتأكيد سيطرة القيم الأمريكية على الأخبـار أيضا أن نعرف كيف تعمل وكالات الأنباء العالمية ؛ فعلى الرغم من وجود وكالات وهيئـات يمكنها أن توفر تبادل الأخبار بصورة متوازنة ومتكافئة بين الدول ، إلا أن تدفق الأخبـار ــ كما سبق وأشرنا ــ يتم في اتجاه واحد[١] .

وقد شغلت ظاهرة تدفق الإعلام في اتجاه واحد باحثين في دول كثيـرة ، وأكـدت مجموعة من الباحثين في فنلندا وجود هذه الظاهرة[٢]، والتي اهتمت بدراستها أيضا "سـيمون كورتكس" في فرنسا ، والتي تطالب بأن يبقى التليفزيون نافذة مفتوحة على العالم ، لأن ذلـك ــ كما تقول ــ يساعد على تدعيم التفاهم العالمي[٣] .

ولكننا نرى أن هذا التفاهم العالمي ــ وكم هي أمنية جميلة ــ والـذي تنـادي بـه كورتكس ، لا يمكن أن يتم عن طريق التليفزيون ، ما دام هذا التدفق الإعلامي يسـير فـي اتجاه واحد . بل إن هذه البرامج الأجنبية ــ إذا افترضنا صحة الفرض الذي طرحناه سابقا ــ لا تساعد على تدعيم التفاهم بين أفراد الوطن الواحد ، وهو الذي يجـب أن يشـغل علمـاء الاجتماع بالدرجة الأولى في الدول النامية .

وهنا نطرح فرضا مفاده أن التليفزيون في دول العالم الثالث يخـدم الصـفوة التـي تعيش في المدن ، وهو فرض أثبتت صحته دراسات سابقة قمنا بها ، والدليل على ذلك مـثلا أن افتتاح القناة الثالثة في مصر في السادس من أكتوبر عـام ١٩٨٥م لكـي تخـدم سـكان العاصمة وضواحيها أولا قبل التفكير في إنشاء قنوات محلية تخدم محافظـات أخـرى ... ، والتفكير في بداية عام ٢٠٠١م في ضرورة وصول البث التليفزيوني لمصر إلى وسط شـبه

---

(١) J. TUNSTALL . – *Op. Cit.*

(٢) K. NORDENSTRENG & VARIS . – **La télévision circule-t-elle à sens unique?** Etudes et Documentation d'Information , No. 70 , UNESCO . Paris , 1974 .

(٣) Simone COURTEIX . – Télévision sans frontière . *Op. Cit.*

جزيرة سيناء (وتم ذلك بإقامة محطة أرضية تستقبل بث القناة الفضائية المصرية عبر القمر الصناعي وتحويل هذا البث القمري إلى بث تليفزيوني يمكن للمشاهد في هذه المنطقة استقباله بالاستعانة بهوائي عادي من الهوائيات السلمية لالتقاط البث التليفزيوني وذلك لصعوبة وصول القناة الأولى إلى هذه المنطقة بسبب وجود الجبال التي تعوق إقامة محطات تقوية) ، هذا وسوف يستمر الوضع طويلا حتى تستطيع الدول النامية أن يكون لها أجهزتها الكاملة التي تنطلق من مفاهيم وطنية .

وإذا كنا نطالب بحاجة الدول النامية إلى وكالات خاصة بها للأنباء ، وفريق متمرس في هذا المجال ، فإن الدول النامية في حاجة إلى الوقت الكافي لإعداد المؤلفين والفنيين والكوادر في تخصصات متعددة ، وكل ذلك يتطلب تقنية عالية متطورة تتوقف على توافر حد أدنى من الموارد الطبيعية والمالية والكفاءات ، "بنية تحتية" (Infrastructure) قوية ، والتي لا تتوافر في بلاد كثيرة من دول العالم الثالث .

وفي حالة نجاح إحدى الدول النامية في تطوير خدماتها التليفزيونية ، فإنها لن تصل إلى مستوى منافسة الدول المتقدمة صناعيا ، والتي تتقدم هي أيضا ولكن بخطى أوسع وأسرع ، أي أن الفجوة ستستمر — إن لم تتسع — بين الدول المتقدمة والدول النامية كما سبق وذكرنا ، لأن كل خطوة تتقدمها الدول النامية تقابلها خطوات من قبل الدول المتقدمة الصناعية ، والتي تتوافر فيها كل المقومات اللازمة للتقدم في الطريق الصحيح ، ابتداء من الاستقرار السياسي إلى المستوى التقني المتطور والذي هو من نتاج هذه الدول ، إلا أن هذا لا يجب أن يجعلنا نستسلم للطوفان . وما نقصده من ذكر هذه الحقيقة هو أن نعرف تماما الجهد الذي يجب أن نبذله إذا كنا فعلا ننشد التقدم والتطور . والحل موجود بين أيدينا ، وسنضرب لذلك مثلا يمكن الاستعانة به في شتى المجالات المتعلقة بالتنمية ، والمثال الذي نطرحه هنا نابع من الموضوع الذي نناقشه في هذه السطور والخاص بالغزو الثقافي الأجنبي في برامج التليفزيون .

فلكي تستطيع الدول النامية مجابهة الدول الصناعية وخاصة الولايات المتحدة في مجال الإعلام ، والذي يهدد الثقافة الوطنية ، كان على هذه الدول أن توحد جهودها . ولقد ظهرت البادرة الأولى فعلا عام ١٩٧٦م عندما أصبح لدول عدم الانحياز وكالة للأنباء خاصة بها بهدف توسيع حجم تبادل الأخبار . ولكن ، مؤلف كتاب "وسائل الإعلام في روسيا" والذي أصدرته "وكالة نوفستي للأنباء" يقول إن العمل في هذه الوكالة الجديدة لدول عدم الانحياز تواجهه صعوبات كثيرة على المستوى التقني والسياسي[1] .

والمشاهد ، أن وكالات الأنباء لا تنتشر في الدول النامية . فحتى الآن ، يمكننا حصر الدول النامية التي تمتلك وكالات للأنباء . إلا أن هذه الوكالات ذات نشاط محدود جدا ، فليس لهذه الوكالات الأفريقية مندوبون خارج الحدود الإقليمية ، أي أنها تعتمد تماما — كما يقول سميث — على وكالات الأنباء الغربية، وهذا يعني أن الأنباء المتبادلة بين الدول النامية تمر من خلال الوكالات العالمية ، "الأمبريالية" ، التي تترك بصماتها على المواد المتبادلة . ونحن نتفق هنا مع رأي بعض الباحثين الذين يفترضون أن وكالات الأنباء

---

(١) Mass Media en URSS . – *Op. Cit.*

العالمية ، التي تتخذ مقرها الرئيسي في إحدى الدول الكبرى ، تصبغ الأخبار التي تقوم بترويجها باللون السياسي للدولة التي تعمل داخلها ، والتي تساندها بدرجة أو بأخرى .

وقد تسمح الظروف لإحدى وكالات الأنباء بتغطية بعض الأحداث ، كما هو الحال مثلا بالنسبة لمحاولة الاعتداء على بابا الكنيسة الكاثوليكية عام ١٩٨١م ، وعندئذ تضطر أجهزة الإعلام المختلفة ، محطات التليفزيون والراديو والصحافة ، إلى تبني الأخبار التي تصلها بوساطة هذه الوكالة مباشرة في حالة ما إذا كانت هذه الأجهزة مشتركة في خدماتها ، أو بطريق غير مباشر بوساطة وكالة أخرى ينتمون إليها ، بالرغم من رغبة هذه الأجهزة وحسن نيتها في البقاء على الحياد الذي تفترضه بالنسبة للإذاعة والصحافة ووكالات الأنباء في الدول النامية .

ويربط مؤلف كتاب "**وسائل الإعلام في روسيا**" والسابق الإشارة إليه ، يربط بين إنشاء وكالة أنباء دول عدم الانحياز وبين ظهور "لجنة حرية الصحافة العالمية" التي يتشكك مؤلف الكتاب في نواياها ، خاصة أن مقرها الرئيسي في الولايات المتحدة حيث توجد المؤسسات الصحفية الكبرى والشبكات التليفزيونية .

أما عن وكالات عدم الانحياز ، فإنها تحاول دائما أن تجمع جهودها من أجل تعاون أفضل ، وخاصة في مجال الأخبار . والدليل على ذلك ، اللقاء الذي تم بين رؤساء هذه الوكالات في دمشق في الفترة من ١٤ إلى ١٦ أبريل عام ١٩٨٠م وكانوا يمثلون ٢٢ دولة ، ١٥ منها دول عربية ، وسبع دول من أمريكا اللاتينية ، واشترك في هذه الندوة بعض المراقبين من الجامعة العربية ووكالات الأنباء . وقد أوصى المجتمعون في هذه الندوة بضرورة التعاون الثنائي بين وكالات الأنباء في الدول العربية وفي أمريكا اللاتينية ، كما طالبوا أيضا بالاهتمام بإنشاء وكالات وطنية في الدول التي ليس لديها وكالات رسمية .

ويبدو أن دول العالم الثالث قد فهمت أهمية الإعلام ، وبدأت تطالب بتحقيق تبادل عادل ومتكافئ في هذا المجال ، وهذا من حقها ، كما أن من واجبها الآن أن تضع حدا لما أطلق عليه الرئيس الفنلندي "إيرو كيكونين" (**Eurho KEKKONEN**) مصطلح "أمبريالية الإعلام" ، والذي يعني هنا سيطرة وكالات الأنباء وشركات الراديو والتليفزيون العالمية على الحياة الثقافية في الدول النامية . ونحن نتفق تماما مع أعضاء ندوة دمشق في أن وسائل الإعلام من الصعب أن تتصف بالموضوعية وبالحياد ، حتى لو ادعى أصحابها والعاملون بها غير ذلك . ومؤلف كتاب "وسائل الإعلام في روسيا" ، الذي لم يشر لا من قريب ولا من بعيد إلى دور وكالة "تاس " السوفييتية للأنباء في مجال تبادل ونقل الأخبار ، يقول هذا الكاتب إن الدول "الإمبريالية" قد انتهزت فرصة ضعف وسائل الإعلام في الدول النامية لكي تتغلغل في هذه البلاد وتحقق بذلك نصرا إيديولوجيا بفرض إعلامها على دول أمريكا اللاتينية وآسيا وأفريقيا . ويتهم هذا الكاتب أيضا إعلام الدول الغربية بأنه يتسبب في إفساد الحياة العالمية ، وبأنه يعطي صورة مشوهة للأحداث التي تقع في الدول الاشتراكية وفي دول العالم الثالث . والمثال الذي يسوقه في هذا الخصوص ما تقوم به وكالات الأنباء الأربعة ، رويتر ووكالة الأنباء الفرنسية واليونيتدبرس والأسوشيتدبرس ، والتي تقوم وحدها بنقل ٤٥ مليون كلمة يوميا في ١١٠ دول في العالم ، والمشاهد أن ٧٠ % من الأخبار التي تنشرها الصحف في أمريكا اللاتينية مصدرها وكالات الأنباء الأمريكية وخاصة اليونيتدبرس والأسوشيتدبرس .

ولا يختلف الوضع بالنسبة للتليفزيون عن الصحافة المطبوعة . حيث تشير إحدى الدراسات إلى أنه في عام ١٩٧٠م كانت الولايات المتحدة مصدرا لثلاثة أرباع أخبار التليفزيون في العالم . وتشكل الولايات المتحدة مع أوربا المصدر لتسعة أعشار هذه المواد . وقد ساعد استخدام الأقمار الصناعية في مجال التليفزيون في زيادة حدة التدفق الإعلامي في اتجاه واحد .

وتشير الإحصائيات كذلك إلى أن هناك حوالي أربعين دولة من الدول النامية تفتقد وجود وكالة وطنية للأنباء فيها ، كما أن هناك ثلاثين دولة لا تستطيع إنتاج مواد تليفزيونية ، ولا تقوم ببثها ، لأن ذلك يتطلب مستوى تقنيا لا يتوافر في هذه الدول ، كما يتطلب أيضا حدا أدنى من "الموارد البشرية والمادية" ودرجة من الاستقرار السياسي داخل الدولة .

وفي البلاد العربية ، تشير الدراسات إلى وجود حوالي عشر وكالات للأنباء ، يمكن أن نقول إن خمسا منها فقط تقوم بنشاط عالمي . ومن بين وكالات الأنباء العربية النشطة يمكننا أن نذكر اسم وكالة أنباء الشرق الأوسط ومقرها الرئيس في القاهرة ، ولهذه الوكالة مندوبون في حوالي إحدى عشرة دولة عربية وفي العواصم الأوربية .

وهناك اتحاد يضم الدول العربية وينظم عملية تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأعضاء . وظهور اتحاد الإذاعات العربية والذي يعرف بالمختصر الإنجليزي لاسمه "ASBU" (Arab States Broadcasting Union) يرجع إلى ٩ فبراير عام ١٩٦٩م عندما أعلن ممثلو هيئات الإذاعة والتليفزيون المجتمعون في مدينة الخرطوم عن "أمانيهم في أن تلتقي بلدان العالم العربي لما فيه خير العمل الإذاعي ، وأن تتوحد جهودها في تنسيق هذا العمل بما يكفل الارتباط الوثيق بين كل إذاعة وأخرى ويحقق الوحدة الإذاعية المنشودة في الوطن العربي" . وقد اتخذ اتحاد الإذاعات العربية مقره الرسمي في القاهرة واستمر هذا الوضع حتى زيارة الرئيس الراحل السادات للقدس (ويمكن تفسير ذلك إذا عرفنا أن هذا الاتحاد يتبع جامعة الدول العربية التي تتبناه وتشرف عليه) .

وبعض الدول الأعضاء في اتحاد الإذاعات العربية ، أعضاء في منظمات وهيئات عالمية وإقليمية ، مثل اتحاد الإذاعات الأفريقية واتحاد الإذاعات الآسيوية واتحاد الإذاعات الأوربية .. ، ويشاركون من خلال الخدمات التليفزيونية في نشاطات هذه الاتحادات ، كما هو الحال بالنسبة للتليفزيون المصري مع شبكة "اليوروفيزيون" التابعة لاتحاد إذاعات الدول الأوربية ، كما تشترك بعض هيئات الإذاعة في دول أخرى غير عربية في اتحاد الإذاعات العربية كأعضاء منتسبين مثل هيئة الإذاعة والتليفزيون الإسبانية وهيئة الإذاعة الباكستانية وهيئة التليفزيون الباكستانية وهيئة الإذاعة والتليفزيون الفرنسية وهيئة الإذاعة والتليفزيون اليوغسلافية ...[1]. واتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري عضو عامل في الاتحادات والهيئات التالية :

- اتحاد إذاعات الدول العربية (ASBU)
- اتحاد هيئات الإذاعة والتليفزيون القومية والأفريقية (URTNA)
- منظمة إذاعات الدول الإسلامية (ISBO)

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى كتابنا : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية . **مرجع سابق** .

ـ اتحاد إذاعات الدول الآسيوية (**ABU**)
ـ الجمعية الدولية للإذاعة والتليفزيون (**URTI**)
ـ مركز البحر المتوسط للاتصالات السمعية والمرئية (**CMCA**)
ـ المؤتمر الدائم للوسائل السمعية والبصرية في حوض البحر المتوسط (**CO.PE.AM.**)
ـ مركز البحر المتوسط للاتصالات السمعية والبصرية [1](**CMCA**)

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى : الكتاب السنوي ٢٠٠١-٢٠٠٢ ، اتحاد الإذاعة والتليفزيون .

المبحث الثامن
التليفزيون المصري

أولا ـ الإرهاصات والتطور[1]

سبق أن ذكرنا أن التليفزيون المصري قد بدأت برامجه بصفة منتظمة مع أعياد ثورة يوليو عام ١٩٦٠م ، وكانت تجارب التليفزيون قد بدأت قبل ذلك بسنوات في الثالث من مايو عام ١٩٥١م . وقد بدأ التليفزيون المصري إرساله المنتظم على قناة واحدة في ٢١ يوليو ١٩٦٠م ، وبعد سنة بدأ الإرسال على قناة ثانية في ٢١ يوليو أيضا[2][3] ، وقناة ثالثة ألغيت وأعيد تشغيلها من جديد في السادس من أكتوبر عام ١٩٨٥م ... ، ثم توالى بعد ذلك إنشاء القنوات"الهيرتزية" التي أضحت شبكة أرضية تضم ٢٤٢ محطة في خمس مناطق رئيسية للإرسال (في حين وصل عدد محطات الإذاعة المسموعة ٢٥٩ محطة)[4]. ويغطي إرسال هذه الشبكة الأرضية "الهيرتزية" للتليفزيون شمال الوادي وجنوبه فيما عدا بعض "جيوب ضعيفة" يصلها الإرسال التليفزيوني الفضائي عن طريق محطة أرضية ، مثل منطقة جنوب سيناء ، وهناك مشروع يهدف إلى توصيل قنوات التليفزيون القومي ، القناة الأولى والثانية ، إلى مناطق لا يصلها بث الشبكة الأرضية حاليا ؛ من مرسي مطروح إلى السلوم[5] ، ووصل عدد ساعات الإرسال التليفزيوني عام ٢٠٠١ـ٢٠٠٢م ٤٩٧٩٧ ساعة و١١ دقيقة بمتوسط يومي ١٣٦ ساعة و٢٦ دقيقة .

ثانيا ـ الشبكة الأرضية والفضائية والتفكير في شبكة كابلية للتليفزيون المصري

تضم الشبكة الأرضية للتليفزيون المصري ثمان قنوات منها ست قنوات إقليمية هي الثالثة (VHF) ، ومن القناة الرابعة إلى الثامنة (UHF) . وحاليا(ونحن في فبراير٢٠٠٣م) ، تخرج كل هذه القنوات أيضا على القمر الصناعي نايل سات مكونة شبكة فضائية تسمح بوصول بث هذه القنوات إلى الجيوب الضعيفة التي تتخطاها الإشارة التليفزيونية الأرضية لوجود موانع جغرافية بالدرجة الأولى . ومن الجدير بالذكر هنا ، أنه قد تم التفكير في مد شبكة كابلية للتليفزيون (في القاهرة على الأقل) ، ولكن المشروع متوقف حتى الآن ، وقد يرجع ذلك إلى الانتشار السريع للدش في مصر ، هذا من جانب ، ومن جانب آخر ، صعوبة تنفيذ إقامة مثل هذه الشبكة ، والذي لا بد له من عمليات "نحت" للأرض لدفن هذه الكابلات في باطنها ؛ خصوصا والعمران قد سبق ظهور التليفزيون الكابلي ...

---

(١) اعتمدنا في هذا المبحث على الإحصاءات والدراسات التي ينشرها اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري ، وخصوصا الكتاب السنوي ، والخطط الإعلامية ، والتقارير الإحصائية الدورية .

(٢) بدأت الأولى رسميا في ٢١ يوليو١٩٦٠، والثانية في ٢١ يوليو ١٩٦١، والثالثة في ٦ أكتوبر ١٩٨٥، والرابعة في ٦ أكتوبر ١٩٨٨، والخامسة في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠، والسادسة في ٢٩ مايو ١٩٩٤، والسابعة في ٢٩ يوليو ١٩٩٤، والثامنة في ٣١ مايو ١٩٩٦

(٣) اتحاد الإذاعة والتليفزيون .الكتاب السنوي ١٩٩٩/٩٨م .

(٤) اتحاد الإذاعة والتليفزيون . الخطة الإعلامية العامة ٢٠٠١/٢٠٠٠م .

(أ) خريطة برامج التليفزيون المصري في ٢٠٠١-٢٠٠٢م

١ ـ توزيع عدد ساعات الإرسال لقنوات التليفزيون المصري

القناة	%	القناة	%
الأولى	١٦,٨	الخامسة	١١,٣
الثانية	١٤,١	السادسة	١٠,٩
الثالثة	١٣,٧	السابعة	١١
الرابعة	١١,٤	الثامنة	١٠,٨

جدول رقم "٣٣"
نسبة ساعات البث لقنوات التليفزيون المصري

من الجدول السابق ، يمكن استخلاص أن بعض **قنوات التليفزيون المصري وخصوصا القنوات المحلية إرسالها محدود بعدد من الساعات في اليوم .**

٢ـ انخفاض عدد ساعات إرسال التليفزيون المصري عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م

تشير الإحصائيات التي ينشرها اتحاد الإذاعة والتليفزيون إلى أن عدد ساعات إرسال كل قنوات التليفزيون المصري الأرضية بالنسبة لعام ٢٠٠١-٢٠٠٢م المدروس هنا قد انخفضت عن مثيلتها في العام الذي سبقه ، ٢٠٠٠-٢٠٠١ على النحو التالي :

- **القناة الأولى** ، كان إجمالي عدد ساعات إرسالها ٨٣٨٩ ساعة و١١ دقيقة (بنقص ٦٩ ساعة و٥٨ دقيقة عن العام السابق ، وبلغ المتوسط اليومي لساعات الإرسال ٢٢ ساعة و٥٩ دقيقة (بنقص ١٢ دقيقة يوميا عن العام الذي سبقه) .
- **القناة الثانية** ، بلغ المتوسط اليومي لساعات الإرسال ١٩ ساعة و١٦ دقيقة يوميا وبنقص أيضا عن العام السابق مقداره ٣ ساعات و٤٩ دقيقة يوميا .
- **القناة الثالثة** ، ومتوسط الإرسال اليومي لها ١٨ ساعة و٣٨ دقيقة (بنقص ٣٥ دقيقة يوميا عن العام الذي سبق) .
- **القناة الرابعة** ، ومتوسط إرسالها اليومي ١٥ ساعة و٣٣ دقيقة ، ولكن هي أيضا بنقص ٥٥ دقيقة يوميا عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١ .
- **القناة الخامسة** ، بمتوسط إرسال يومي ١٥ ساعة و٢٤ دقيقة بنقص عن متوسط إرسال القناة في العام السابق مقداره ساعة و٤٨ دقيقة .
- **القناة السادسة** ، متوسط ساعات إرسالها اليومي ١٤ ساعة و٥٣ دقيقة (بنقص ساعة و٨ دقائق) .
- **القناة السابعة** ، ومتوسط ساعات إرسالها اليومي ١٥ ساعة ودقيقتان بنقص ٣٣ دقيقة يوميا عن إرسالها عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م .
- **القناة الثامنة** ، وقد بلغ المتوسط اليومي لساعات الإرسال فيها ١٤ ساعة و٤٠ دقيقة بنقص ٦ دقائق يوميا عن العام السابق .

خلاصة القول هنا ، هي أن ساعات إرسال كل هذه القنوات قد نقص في عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م عن العام الذي سبقه ؛ فقد بلغ إجمالي عدد ساعات الإرسال التليفزيوني خلال الفترة من أول يوليو عام ٢٠٠١م إلى ٣٠ يونيو عام ٢٠٠٢م ٤٩٧٩٧ ساعة و١١

دقيقة بمتوسط يومي ١٣٦ ساعة و٢٦ دقيقة بنقص مقداره ٣٣١٥ ساعة و ست دقائق يوميا ، أي بمعدل انخفاض تسع ساعات وخمس دقائق بالنسبة للإرسال اليومي .

وإلى جانب هذه القنوات ، ظهرت قنوات أرضية أخرى ذات طبيعة خاصة للتليفزيون المصري :

٣- قنوات أرضية أخرى للتليفزيون المصري

١- فضائيات مصرية

قبل أن يصبح إرسال قناة النيل الدولية متصلا من السابعة صباحا وحتى الثانية بعد منتصف الليل ، كان يُبث على تردد هذه القناة الأرضية خلال الفترة التي يتوقف فيها إرسالها بث باسم **"فضائيات مصرية"** ، والتي كانت تعد قناة تليفزيونية تابعة لقطاع الفضائيات باتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري . وقد بدأ الإرسال الرسمي لفضائيات مصرية في الخامس من سبتمبر عام ١٩٧٧م وكان لمدة ساعتين يوميا ، وكانت تعرض برامج منتقاة مما يقدم على القنوات الأخرى وبخاصة القناة الإخبارية .

٢- قناة نايل سات

ومن القنوات التي استحدثت في التليفزيون المصري قناة **"نايل سات"** ، وهي قناة مفتوحة تبث برامجها على تردد مستقل في شريحة الموجات القصيرة جدا "UHF" في الشبكة الهيرتزية الأرضية (القناة ٢٧) ، وإرسالها يستمر لمدة ١٥ ساعة يوميا من العاشرة والنصف صباحا وحتى الواحدة والنصف بعد منتصف الليل ، وهي تقدم بعض مختارات من القنوات المتخصصة التي تبث بالقمر الصناعي المصري "نايل سات".

(ب) البرامج التي يقدمها التليفزيون المصري

١- نوعيات البرامج

يبث التليفزيون المصري نوعيات مختلفة من البرامج ، حيث يلاحظ أن المادة الترفيهية تحتل نسبة تفوق مجموع ما هو مخصص للبرامج السياسية والإخبارية وهذا يشير إلى **الوظيفة الترفيهية للتليفزيون المصري أكثر من الوظائف الأخرى** . وتشير الإحصائيات الرسمية التي نشرها اتحاد الإذاعة والتليفزيون إلى أن جملة ساعات إرسال البرامج الترفيهية والمنوعات كانت (٢٠٠١-٢٠٠٢م) ١٨٠٥٧ ساعة و٢٨ دقيقة بنقص ٣٦٠٢ ساعة و ٣٠ دقيقة عن العام السابق ، وبمتوسط يومي ٤٩ ساعة و٢٨ دقيقة بنقص ٩ ساعات و٥٣ دقيقة يوميا عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م . أما البرامج السياسية والإعلامية خلال عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م فقد بلغت ٦٤٦٩ ساعة و٣٦ دقيقة ، بنقص ١٧٥٥ ساعة و٤٧ دقيقة عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م ، وبلغ المتوسط اليومي لساعات الإرسال ١٧ ساعة و٤٣ دقيقة ، بنقص أربع ساعات و٤٩ دقيقة يوميا عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م . ولكن يلاحظ من الإحصائيات أيضا أن **البرامج الثقافية قد زاد عدد ساعات إرسالها** ؛ فقد بلغت جملة ساعات إرسال البرامج الثقافية ٨٦٢٦ ساعة و٣٧ دقيقة بزيادة ٤٤١٥ ساعة و٢٩ دقيقة عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م ، وبلغ المتوسط اليومي للبرامج الثقافية ٢٣ ساعة و٣٨ دقيقة بزيادة ١٢ ساعة و٦ دقائق يوميا .

٢- الاهتمام الذي توليه قنوات التليفزيون للبرامج المختلفة

من الإحصائيات الرسمية دائما ، نجد أن **القناة الأولى أكثر اهتماما بتقديم برامج سياسية وإخبارية عن بقية القنوات ، حيث يخص القناة الأولى وحدها نسبة ٤٦,٩% من** البرامج الإعلامية على عكس القناة الثانية التي يخصها أكبر نسبة من برامج الترفيه والمنوعات بنسبة ١٧,٣٩% .

جدول رقم "٣٤"

نسبة البرامج السياسية والإعلامية موزعة على قنوات التليفزيون المصري

الأولى	٤٦,٠٩%	الثالثة	٤,٤٥%	الخامسة	٦,٦٧%	السابعة	٤,٣٢%
الثانية	١٣,١٤%	الرابعة	١١,٩٥%	السادسة	٨,٢٨%	الثامنة	٥,١%

وقد ارتفعت نسبة البرامج الثقافية عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م عن عام ٢٠٠٠-٢٠٠١م بزيادة قدرها ٤٤١٥ ساعة و٢٩ دقيقة ، وبلغ المتوسط اليومي لساعات إرسال البرامج الثقافية ٢٣ ساعة و٣٨ دقيقة . ويلاحظ هنا أن **القناة الثالثة أكثر القنوات اهتماما بالبرامج الثقافية** ولكن بفارق بسيط والقناة الخامسة على النحو الموضح في الجدول التالي .

جدول رقم "٣٥"

نسبة البرامج الثقافية موزعة على قنوات التليفزيون المصري

الأولى	٦,٦٨%	الثالثة	١٦,٥٨%	الخامسة	١٥,٢٩%	السابعة	٥,٩٣%
الثانية	١٢,٨٧%	الرابعة	١٢,٩٦%	السادسة	١٣,٥١%	الثامنة	١٣,١٨%

أما بخصوص البرامج الترفيهية ، فتأتي القناة الثانية في المقدمة ، تليها القناة الأولى على النحو التالي :

جدول رقم "٣٦"

نسبة البرامج الترفيهية موزعة على قنوات التليفزيون المصري

الأولى	١٤,١٨%	الثالثة	١٤,٠٥%	الخامسة	١٣,٠٣%	السابعة	١١,٣٧%
الثانية	١٧,٣٩%	الرابعة	١٠,٠٩%	السادسة	١٠,٣١%	الثامنة	٩,٥٨%

(ج) مكانة الترفيه على شاشات التليفزيون المصري

من خريطة البرامج لقنوات التليفزيون المصري ، نجد أن **البرامج الترفيهية تأتي في المقدمة بالنسبة لكل القنوات فيما عدا القناة الأولى** (حيث البرامج الترفيهية بالنسبة للقناة الأولى بنسبة ٣٠,٥٣% وتسبقها البرامج الإعلامية بنسبة ٣٥,٥٤%) . أما بالنسبة للقنوات الأخرى ، فالبرامج الترفيهية في القناة الثانية بنسبة ٤٤,٦٥% ، وفي الثالثة بنسبة ٣٧,٢٩% ، وفي الرابعة ٣٢,١% ، وفي الخامسة ٤١,٨٩% ، وفي السادسة ٣٤,٢١% ، وفي السابعة ٣٧,٤٢% ، وفي الثامنة ٣٢,٣٢% ، **حيث يلاحظ من هذه الأرقام أن القناة الثانية أكثر قنوات التليفزيون المصري اهتماما بالبرامج الترفيهية .**

جدول رقم "٣٧"

تقسيم نسب ساعات الإرسال التليفزيوني بحسب البرامج التي يبثها التليفزيون المصري

برامج التليفزيون المصري	المتوسط اليومي للإرسال		النسبة لإجمالي ساعات الإرسال
	دقيقة	ساعة	
المواد والبرامج الترفيهية	٢٨	٤٩	%٣٦,٢٦
البرامج الثقافية	٣٨	٢٣	%١٧,٣٢
البرامج السياسية والإعلامية	٤٣	١٧	%١٢,٩٩
البرامج الدينية	٥٠	١٠	%٧,٩٤
برامج الخدمات والتنمية	١٤	١٠	%٧,٥
برامج الطوائف	٠٤	٩	%٦,٦٤
برامج الأطفال	٥٦	٨	%٦,٥٥
البرامج التعليمية	١٤	٤	%٣,١١
الإعلانات	٢١	١	%٠,٩٩
قناة المعلومات	٥٧	-	%٠,٧

ثالثا ــ خريطة برامج القنوات الفضائية

ونقصد بالقنوات الفضائية هنا القنوات التي تبث فقط عبر الأقمار الصناعية ولا تلتقط بالهوائيات السلمية التي تستخدم في التقاط البث التليفزيوني العادي من برج الإرسال مباشرة وبدون استخدام دش وريسيفر ، والتي نتحدث عنها في فئتين :

ــ قنوات فضائية عامة غير متخصصة

ــ قنوات فضائية متخصصة

(أ) قنوات فضائية عامة غير متخصصة

ظهرت القنوات الفضائية غير المتخصصة للتليفزيون المصري مع تواجد جنودنا في حفر الباطن لتحرير الكويت ، وأصبح عددها الآن ثلاث قنوات نرتبها حسب أهميتها بالنسبة لنا وليس تاريخيا ، حيث نرى **أن أهمية هذه القنوات الفضائية في وصول بثها إلى المشاهد الأجنبي ، بل وفي اللغة الأم للمتلقي** ، والذي تحققه في المنطقة العربية قناة النيل الدولية منذ أن بدأ بثها التجريبي عام ١٩٩٢م متوجهة للجاليات الأجنبية في مصر وإسرائيل ، إلى أن خرجت على الأقمار الصناعية مقدمة خدماتها لأبناء دول أخرى ، وظلت قناة فريدة في المنطقة العربية حتى عام ٢٠٠٣م عندما ظهرت قناة المجد٢ والقناة الثانية لتليفزيون الشرق الأوسط (MBC2)...، والقنوات الثلاث غير المتخصصة المصرية هي :

ــ قناة النيل الدولية **Nile TV International**

ــ القناة الفضائية المصرية الأولى **ESC**

ــ القناة الفضائية المصرية الثانية **ESC**

وفيما يلي توزيع لعدد ساعات إرسال قنوات التليفزيون المصري غير المتخصصة:

جدول رقم "٣٨"
توزيع إجمالي
عدد ساعات البث
للقنوات الفضائية
غير المتخصصة
(عام ١٩٩٨/١٩٩٩م)

القنـــاة	ساعات الإرسال		النسبة	متوسط يومي	
	ق	ساعة	%	ق	ساعة
القناة الفضائية المصرية "١"	—	٨٧٦٠	٣٩,١٤	—	٢٤
القناة الفضائية المصرية "٢"	—	٨٧٦٠	٣٩,١٣	—	٢٤
قناة النيل الدولية	٣٠	٤٨٦٤	٢١,٧٣	١٩	١٣
الإجمالي	٣٠	٢٢٣٨٤	%١٠٠	١٩	٦١

١ـ قناة النيل الدولية : Nile TV International

قناة النيل الدولية ، وإن كانت ثاني قناة فضائية مصرية ، إلا أنها أول قنـــاة عربيـــة تبث بلغة أجنبية(١) بعد فترة تجريبية بدأت في السادس من أكتوبر عام ١٩٩٣م بمعدل ساعتين يوميا ، ارتفعت إلى أربع ساعات مع الافتتاح الرسمي لها في ٣١ مايو ١٩٩٤م . وإلى جانب الاستعانة بالترددات "UHF" لبث هذه القناة ضمن الشبكة الأرضية مســتهدفة بوجـــه خـــاص الجاليات الأجنبية المقيمة في مصر وفلسطين المحتلة، فإن هذه القناة تخرج أيضـــا بالأقمـــار الصناعية ، نايل سات وعربسات ويوتلسات W2 ، وإنتلسات 707 ، وتليستار 5 الـــذي يغطـــي الولايات المتحدة الأمريكية . ولكن ، وإن كان بثها يصل حاليا عبر الأقمار الصـــناعية إلـــى خارج مصر ، إلا أننا حتى الآن لا نعرف بالضبط حجم جمهور هذه القناة في الخـــارج ، ولا خصائص هذا الجمهور من الناحية الديموغرافية (الجنسية والنوع والسن ...)

وقناة النيل الدولية ، والتي تتبع قطاع القنوات الفضائية ، كانت بدايتها بمعدل أربـــع ساعات يوميا وبلغة واحدة فقط هي الإنجليزية ، وهي تقدم برامجها حاليا (بداية عام ٢٠٠٣م) من الساعة السابعة صباحا وحتى الساعة الثانية بعد منتصف الليل وبدون انقطاع . وتبث هذه القناة برامجها حاليا بلغات ثلاث ، حيث خصصت نصف ساعة من ساعات إرسالها لبث برامج باللغة العبرية ارتفعت في أول يناير ٢٠٠٢م إلى ساعتين ، إلى جانب أربع ســـاعات بـــرامج باللغة الفرنسية ، وبقية وقت الإرسال مخصص للبث باللغة الإنجليزية التي كانت هذه القناة قد بدأت بها إرسالها ، ويدرس المسؤولون حاليا إمكانية بث فترة من هذه القناة باللغة الإسبانية . أما عن نوعية برامج هذه القناة ، فإنه يلاحظ ارتفاع نسبة المواد السياسية والإعلامية فيها إلى ٤١,٢٩% ، تليها البرامج الثقافية بنســـبة ٢٦,٢٧% ، و١٢,٤٦ مـــواد دراميـــة ، و٩,٤٤% برامج ترفيهية و٤,٩٥% لبرامج الطوائف ، مقابل ١,٢١% فقط بـــرامج دينيـــة ، و١,٤٣% إعلانات تجارية ، و٢,٩٦% برامج خدمات وتوعية .

---

(١) للمقارنة ، تجدر الإشارة إلى أن الإذاعة المصرية تبث برامج موجهة إلى ثمان مناطق رئيسية في العـــالم بلغات متعددة وصل عددها إلى ٣٥ لغة وذلك على الموجات المتوسطة وبخاصة على الموجات القصـــيرة ، حيث تستخدم تسع لغات لبث برامج موجهة إلى شرق ووسط وجنوب أفريقيا ، وثمان لغات إلى غرب أفريقيا، وست لغات إلى كل من الشرق الأوسط وأوربا ، وأربع لغات إلى جنوب شرق آسيا ، ومثلها إلى كل من جنوب آسيا والأمريكتين وإسرائيل .

٣ــ القناة الفضائية المصرية الأولى ESC 1

من الجدير بالذكر هنا ، أنه كان قد تم الاستعانة بالقمر الصناعي العربي لبث القناة الفضائية المصرية الأولى والتي بدأ إرسالها إبان حرب الخليج في ١٢ ديسمبر عام ١٩٩٠م(١) ، وهي تبث حاليا على مدار الساعة ، ٢٤ ساعة في اليوم ، و٩٧% من برامجها هو إنتاج خاص بها والباقي برامج مختارة مما تقدمه القناة الأولى . وتبث برامج هذه القناة الفضائية حاليا عبر تسعة أقمار صناعية تغطي جميع دول العالم ، إلى جانب تغطيتها لبعض مناطق داخل مصر لم يكن يصلها البث التليفزيوني للقنوات الهيرتزية الأرضية بسبب وجود عوائق لا تسمح بوصول بث القنوات الأرضية مثل الجبال بالنسبة لجنوب سيناء كما ذكرنا سابقا(٢) . وبالنسبة للترددات المستخدمة لبث هذه القناة عبر الأقمار الصناعية ، فإنها حاليا تنطلق على حيز الترددات "C band" على القمر الصناعي العربي التناظري (Analogue) ، كما تخرج حاليا على حيز الترددات "KU band" على عدد من الأقمار الصناعية العالمية وعلى القمر المصري "نايل سات" الرقمي (Digital) .

٣ــ القناة الفضائية الثانية (ESC 2)

كانت البداية الرسمية للقناة "**الفضائية المصرية ٢**" (**ESC 2**) في أول يونيه عام ١٩٩٦م ، وتبث برامجها هي أيضا يوميا وعلى مدار الساعة ، إلا أنها قناة مشفرة . ومنذ شهر سبتمبر ١٩٩٦م ، تبث هذه القناة أيضا ضمن "باقة الأوائل" مع قنوات "راديو وتليفزيون العرب" (ART) على القمر "بانام سات" (Panam Sat) بنظام التليفزيون مدفوع الأجر (Pay Television) ، كذلك تخرج هذه القناة على القمرهوت بيرد و القمر إنتلسات 707-4 ، مما سمح بأن يغطي إرسال هذه القناة العالم العربي وأفريقيا وأوربا وأمريكا الجنوبية وشرق الولايات المتحدة الأمريكية . أما عن برامجها ، فإن **هذه القناة تهتم كثيرا بالمادة الدرامية** التي شكلت عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م ٤٢,٥٦% من ساعات بث هذه القناة ، تليها من بعيد البرامج السياسية والإعلامية بنسبة ٢١,٦٤% ...

٤ــ خريطة برامج القنوات الفضائية غير المتخصصة

إلى جانب اهتمامها بالمواد الترفيهية وبخاصة الدراما ، تهتم القنوات الثلاث بالبرامج السياسية والإعلامية على النحو المبين في الجدول التالي :

جدول رقم "٣٩"

خريطة إجمالي برامج القنوات الفضائية غير المتخصصة(٣)

البرامج	النسبة %	البرامج	النسبة %
البرامج السياسية والإعلامية	٢٩,٠٨	البرامج الترفيهية	٧,٦٨
البرامج الدينية	٤,٩٩	برامج الطوائف	٤,٦٤
البرامج الثقافية	٢٠,٦	برامج الخدمات والتوعية	٢,٣٩
المواد الدرامية	٢٩,٧٧	الإعلانات التجارية	٠,٨٥

(١) للاستزادة ، إرجع إلى : القناة الفضائية وأقمار الاتصال ، في كتابنا : قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث . *مرجع سابق* .

(٢) للاستزادة ، إرجع إلى كتابنا : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية . *مرجع سابق* .

(٣) المصدر : الكتاب السنوي ٢٠٠١-٢٠٠٢م *مرجع سابق* .

وفي عام ٢٠٠١-٢٠٠٢م ، كان متوسط عدد ساعات الإرسال اليومي بالنسبة لكل من هذه القنوات الثلاث غير المتخصصة :

ـ قناة النيل الدولية : ١٤ ساعة و٥٩ دقيقة .

ـ الفضائية المصرية ١ والفضائية ٢ :٢٤ ساعة لكل منهما ، فهما قناتان يمتد إرسال كل منهما على مدار الساعة .

وتبلغ نسبة البرامج الدرامية في هذا الإرسال ٢٧,٢٢% ، تليها البرامج السياسية بنسبة ٢٦,١٨% ثم البرامج الترفيهية بنسبة ١٩,٩٨ % ، والبرامج الثقافية بنسبة ١٣,٧٦% ، وبرامج الطوائف بنسبة ٦,٠٢ % ، فبرامج الخدمات والتوعية بنسبة ٢,١٧% ، والإعلانات التجارية بنسبة ١,٤٢% . وهذا يؤكد ما سبق وذكره بخصوص الوظيفة الأساسية للتليفزيون ، وهي الترفيه . كذلك تظهر هذه الوظيفة الرئيسية للتليفزيون إذا ما نظرنا إلى كل قناة على حدة ، حيث نجد الدراما تأتي على قمة سلم البرامج بالنسبة للقناة الفضائية المصرية الأولى وذلك بنسبة ٣٠,٠١ % هذا بالإضافة إلى البرامج الترفيهية الأخرى بنسبة ١٤,٨٧%، أي أن إجمالي الوقت المخصص للترفيه على هذه القناة تصل نسبته إلى ٤٤,٨٨% من إجمالي ساعات بث هذه القناة ، وبقية الوقت موزع بين البرامج السياسية بنسبة ٢٥,٤٢% ، والبرامج الدينية (٦,٧٤%) ، والبرامج الثقافية (١٠,٦٣%) وبرامج الطوائف (٦,٨٨%) ، والخدمات والتوعية (٢,٩٧ %) ، والإعلانات التجارية والتي تصل نسبة الوقت المخصص لها على هذه القناة إلى ٢,٤٨% . كذلك الأمر بالنسبة للبرامج والمواد على القناة الفضائية "٢" حيث نجد أن إجمالي الوقت المخصص للدراما والبرامج الترفيهية الأخرى تصل نسبته إلى ٥٥,٦١% من ساعات الإرسال .

(ب) قنوات فضائية مصرية متخصصة

١ ـ البداية

مع إطلاق القمر الصناعي المصري ، "نايل سات١٠١" ثم "نايل سات١٠٢"[١] ، ظهرت قنوات متخصصة للتليفزيون المصري . ويؤرخ لغالبية هذه القنوات المتخصصة بعام ١٩٩٨م ، فيما عدا قناة النيل للمعلومات (عام٩٢) التي كانت موجودة قبل إطلاق القمر نايل سات ، وقناة النيل للدراما (عام ٩٥) وكانت هي أيضا موجودة قبل إطلاق القمر نايل سات . أما القنوات التي بدأ إرسالها عام ٩٨ بعد إطلاق القمر نايل سات فهي : قناة النيل للأخبار ، وقناة النيل الثقافية ، وقناة النيل للرياضية ، وقناة النيل للأسرة والطفل ، وقناة النيل للمنوعات ، وقناة المنارة للبحث العلمي ، وقناة التعليم العالي ، وقنوات النيل التعليمية (سبع قنوات هي : محو أمية وابتدائي وإعدادي وثانوي وفني ولغات والمعارف)[٢] . ثم خرجت قناة التنوير عام ٢٠٠١م وقيل إن اسمها سوف يتغير ليصبح "القناة الثقافية الثانية" نظرا "لما يثره مسمى "التنوير" من التباسات وإشكالات واختلافات في المفهوم" كما جاء على لسان حسن

---

(١) للاستزادة ، ارجع إلى الفصل الخاص بالقمر الصناعي المصري في كتابنا : وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ . *مرجع سابق* .

(٢) لمعرفة المزيد عن هذه القنوات المتخصصة وأهداف كل منها وبرامجها ، إرجع إلى الكتاب السنوي ٢٠٠١-٢٠٠٢م . *مرجع سابق* .

حامد[1] . وقد وصل إجمالي عدد ساعات بث قناة التنوير في العام الأول لظهورها (عام ٩٨- ٩٩) ٥١٦٢٦ ساعة . وعلى القمر نايل سات أيضا خرجت قناتان فضائيتان طبيتان تابعتان لوزارة الصحة ، وهما قناة "حورس" وهي موجهة للأطباء ، وقناة "نفرتيتي" وتتوجه للأسرة ببعض المعلومات الصحية ....، وثالثة باسم "سوبر رياضة" ، ومن المتوقع ظهور قناة خاصة موجهة للشباب في الأيام المقبلة .

٢ـ قنوات فضائية مصرية متخصصة : مفتوحة وأخرى مشفرة

مع البدء في البث التليفزيوني الفضائي المصري عبر القمر نايل سات[2] ، كنا قد طالبنا بعدم تشفير القنوات التعليمية والقنوات الثقافية المصرية التي نهتم بها كثيرا لأهميتها في مجالات التنمية"[3] ، وقلنا إنه يكفي مشاهديها تكاليف تركيب الدش وملحقاته ، وبقيت هذه القناة مفتوحة لمشاهدي الدش بلا أي تكاليف إضافية . أما بالنسبة للقنوات الأخرى المتخصصة مثل قناة النيل للمنوعات أوقناة النيل للرياضة أوقناة النيل للدراما فهي قنوات مشفرة لغير المصريين ، ويمكن للمصريين مشاهدتها بعد استخدام بطاقة خاصة ثمنها حوالي ٣٠ جنيها لفتح شفرة هذه القناة ومشاهدتها في مصر ، بشرط أن يكون الريسيفر من النوع الذي يقبل التعامل مع هذا الكارت ...

٣ـ ساعات الإرسال بالنسبة للقنوات الفضائية المتخصصة

فيما يلي جدول يوضح متوسط عدد ساعات الإرسال اليومي لبعض القنوات الفضائية المتخصصة والتي تبث إرسالها عبر القمر المصري نايل سات .

جدول رقم "٤٠" [4]
ساعات إرسال القنوات المتخصصة

القناة	عدد ساعات الإرسال	المتوسط اليومي	
		دقيقة	ساعة
القناة الثقافية	٥٥٤٥	١٢	١٥
قناة الأسرة والطفل	٥١١٤	-	١٤
قناة المنوعات	٨٢٧٨	٤١	٢٢
قناة الدراما	٨٧٦٠	-	٢٤
قناة التنوير	٣٠٥٣	٢٢	٨
قناة الأخبار	٧٢٦٧	٥٥	١٩
قناة الرياضة	٦٠٦٦	٣٧	١٦
قناة سوبر رياضة	٣٦٠٠	٥٢	٩
القناة العامة	٦٩٢٥	٥٨	١٨
الإجمالي	٥٤٦٠٨	٣٧	١٤٩

---

(١) الأهرام ، ٢٠ مارس ٢٠٠١م .

(٢) من الجدير بالذكر أن الإذاعة المصرية هي أيضا قد دخلت عصر الراديو الفضائي حيث تبث الشبكات الإذاعية : البرنامج العام وصوت العرب والإذاعات الموجهة والشرق الأوسط بالاستعانة بالقمر الصناعي "وورلد سبيس" (World Space) ، هذا إلى جانب عدد من المحطات الإذاعية التي تستعين بالقمر نايل سات مثل البرنامج الأوربي والموسيقي ...

(٣) انظر كتابنا : وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ . *مرجع سابق*

(٤) المصدر : الكتاب السنوي ٢٠٠١-٢٠٠٢ . *مرجع سابق* .

(ج) قنوات فضائية مصرية خاصة

عند استقبال شبكة "السي إن إن" (CNN) على شاشات التليفزيون المصري ، وعند ظهور القناة "سي إن إي" (CNE) التي كانت تردد بعض ما يجئ على الشبكة الأمريكية الإخبارية (مع بعض برامج أخرى مصرية) ، كتبنا نقول إنه قد آن الأوان لخصخصة وسائل الإعلام . كان ذلك في بداية التسعينيات من القرن الماضي ، ولم يكن يوجد من يتصور موافقة المسؤولين في يوم ما على أن تكون على شاشة التليفزيون في مصر قناة خاصة ، حيث كان سائدا شعار "السيادة الإعلامية" للدولة على البث الإذاعي بالراديو والتليفزيون ، بالرغم من تبني التليفزيون المصري للبث الأمريكي الأجنبي ، وقلنا يومها إن أي ابن لمصر لن يكون أسوأ من هذا الأجنبي بكل مرجعياته السياسية والعقدية والثقافية ...

واستمر الوضع على هذا الحال ، حتى أطلقت أقمار الجيل الأول لنايل سات ، هذا القمر الرقمي (Digital) الذي طرح إمكانية تأجير بعض قنواته لخدمات تليفزيونية أجنبية لتغطية تكاليف تصنيعه وإطلاقه ، وأصبحت السموات مفتوحة أمام المشاهد المصري لالتقاط أي قناة من أي قمر مصري أو أجنبي تقع مصر في بصمة قدم إشعاعه بدون تصريح من مسؤول ، وبدون فرض رقابة من قبل الدولة على هذا البث الوافد من جميع الاتجاهات الجغرافية والسياسية والثقافية ...

وفي عيد الإعلاميين في مايو ٢٠٠١م أعطت القيادة السياسية الضوء الأخضر الذي سمح بتأجير بعض قنوات للقمر نايل سات لبعض المصريين ولبعض مؤسسات مصرية ؛ ولم لا ، وهم يؤجرون قنوات نايل سات لجهات أجنبية ؟

وهكذا ، ظهرت القنوات التليفزيونية الخاصة بعد ظهور التليفزيون في مصر بأكثر من ٤٠ سنة ، حيث كان من الصعب أن تخرج هذه القنوات إلى الوجود قبل أن تظهر هذه الأقمار الرقمية التي توفر أعدادا كبيرة من القنوات ذات التقنية والجودة العالية . أما عن أسباب عدم إمكانية ظهور قنوات خاصة ، أو حتى حكومية ، على موجات الطيف الترددي ، الموجات الأرضية الهيرتزية ، فإن ذلك يرجع لأسباب هندسية فنية ؛ إذ إن حيز الترددات الخاصة بالبث التليفزيوني في هذه الشريحة من الترددات محدود السعة ، ولعدد محدد من القنوات الخاصة بالبث التليفزيوني لأن لها استخدامات أخرى مهمة ، مدنية وعسكرية (١) .

وقد دخلنا تجربة وجود قنوات خاصة مصرية بعد استقبالنا لعديد من القنوات العربية لدول أخرى ، وقنوات أجنبية بألسنة تختلف عن ألسنتنا وبفكر أجنبي عنا . فقد ظهرت على شاشة التليفزيون قناتان لمجموعة استثمارية تستخدم هذه القناة للإعلان عن نشاطها ومنتجاتها (والقناة الثالثة في الطريق) . والمفروض أن هاتان القناتان مصريتان ولو بحكم وجود مصري يرأس مجلس إدارتهما ، إلا أنهما تحملان إسما أجنبيا ، بدلا من إطلاق المرادف العربي قناة الأحلام " لهذه الكلمة الإنجليزية في إسم القناتين **"Dream 1 & Dream 2"** . ودخلت هاتان القناتان الميدان مستعينة بمذيعة كان لها جمهور عريض في مصر وفي دول عربية كثيرة بسبب نوعية البرامج التي كانت تقدمها على قناة راديو وتليفزيون العرب ، وهي

---

(١) للاستزادة ، إرجع إلى كتابنا : الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية . *مرجع سابق* .

برامج لم نألفها في الوطن العربي لاجتيازها الخط الأحمر الذي يفصل بين المسموح والمحذور ، وعشنا في شهر أكتوبر ٢٠٠٢م حلقة من برنامج لها يبث على الهواء مباشرة وأثارت زوبعة لم تهدأ بعد .

ومن القنوات المصرية الخاصة على نايل سات ، نذكر أيضا قناة المحور وهي كذلك لمجموعة استثمارية ويرأس مجلس إدارتها رجل أعمال مصري ، وأعلن أن اسمها سوف يتغير ليصبح " الحياة " ولا نعرف لماذا تغيير إسم القناة ، هل لأنه قد استخدم في حرب عالمية سابقة ونحن على مشارف حرب عالمية ثالثة ؟ ...

وإلى جانب هذه النوعية من القنوات التي نعدها قنوات عامة غير متخصصة ، ظهرت قناة متخصصة ، قناة "تميمة" ، التي تكرس ساعات إرسالها للإعلانات التجارية للتسوق عن بعد . أما القناة السياحية "MTC" والتي كانت الزميلة الإعلامية فريدة عرمان ترأس مجلس إدارتها ، فقد استمرت في بث برامجها لمدة ١٥ شهرا ، قبل أن تقرر شركة مصر سات إيقاف بثها انتظارا لإعادة تخطيطها للانفتاح على العالم الخارجي بأكبر عدد ممكن من اللغات الأجنبية لتنشيط السياحة إلى مصر ...

ودعونا نستشرف المستقبل بالنسبة للتليفزين في مصر فنقول : نحن ننتظر في المستقبل قنوات خاصة أخرى أكثر مع إطلاق أقمار الجيل الثاني من نايل سات والذي سوف يوفر قنوات أكثر من القنوات التي وفرتها أقمار الجيل الأول [1] ، حيث لا بد من تأجير هذه القنوات لتغطية تكاليف تصنيع القمر الصناعي وإطلاقه . هذا بالنسبة لقنوات أخرى للتليفزيون .

أما بالنسبة لبرامج التليفزيون ، فنحن نعتقد أن المدينة الحرة للإعلام ومدينة الإنتاج الإعلامي ، وبالإمكانيات التي لديها ، يمكنها أن تساهم في إنتاج وتوفير برامج أفضل مما هو متوافر حاليا في السوق الإعلامي والتي تم إنتاجها بإمكانيات محدودة وفي مناخ يختلف عن المناخ الحر المتاح حاليا في سوق تحكمها المنافسة ، والبقاء للأفضل . كذلك بالنسبة لمقدمي البرامج في التليفزيون ، فقد بدأ يظهر تأثير القنوات الفضائية على معدي ومقدمي برامج التليفزيون ، لدرجة التردد أحيانا قبل التعرف على هوية القناة أو على هوية المذيع على مستويات متعددة .

والسؤال المطروح هنا هو : من الذي يقرر ويحدد ما يجب أن يبث على شاشة التليفزيون ؟ ولماذا ؟

هل هي قاعدة "الجمهور يريد ذلك ؟ أو ما يقوله بعض المسؤولين "نحن نعرف مصلحة الجمهور ونقدم ما ينبغي أن يعرفه هذا الجمهور بصرف النظر عن رغباته ؟

---

[1] للاستزادة ، إرجع إلى كتابنا : وسائل الإعلام في إطار سيولوجية وقت الفراغ . *مرجع سابق* .

سنترك الرد على هذه التساؤلات بطبيعة الحال ، وهي نقاط جديرة بالمناقشة حتى نعرف رأي أصحاب الشأن ومن يعنيهم أمر هذا الجهاز ، بل ورأي الجماهير أيضا ...، ولنحاول أن نطرح بعض الفروض التي يمكن أن تقودنا إليها معطيات الجدول رقم "٤١"، وخاصة تلك التي تتعلق بما سبق أن أشرنا إليه ، وهو تفوق البرامج الترفيهية في دولتي كوبا وبنما عنها بالنسبة لدولتي كوت دي فوار (ساحل العاج) وأندونيسيا .

رابعا ــ برامج التليفزيون الترفيهية المستوردة على شاشات التليفزيون

عرفنا فيما سبق أن الوظيفة الأساسية للتليفزيون في مصر هي الترفيه ، فما هو الحال بالنسبة للدول أخرى ؟

الإجابة عن هذا السؤال يمكن التوصل إليها من خلال قراءة البيانات التي يقدمها لنا الجدول التالي .

جدول رقم "٤١"
خريطة برامج التليفزيون في ثمان دول
(عام ١٩٧٧م)

الدولة	فئات البرامج				الإجمالي %
	ترفيهية %	إعلامية %	ثقافية %	أخرى %	
المغرب	٤٨,١٢	٢٦,٦٦	٢٥,٢١	—	١٠٠
كوت دي فوار[1]	١٥,٩	١٧	٦٤,٨	٢,٣	١٠٠
العراق	٥٠,٧٣	١٥,١٥	١٢,٠٣	٢٢,٩	١٠٠
أندونيسيا	٢٠,٠٠	٣٠	٤٨	٢	١٠٠
بنما	٧٦,٤	٢١,٩	١,٧	—	١٠٠
كوبا	٦٧,٢	٢٤	٧,٧	١,١	١٠٠
رومانيا	٤٧,٢	٣٨,٧	١٣,٦	٠,٥	١٠٠
إسبانيا	٤٠,٢	٣٤,٢	١٨,٨	٧,٨	١٠٠

يلاحظ من بيانات الجدول عاليه ، أن في دول أمريكا اللاتينية ــ والممثلة هنا في بنما وكوبا ــ يرتفع الزمن المخصص للبرامج الترفيهية إلى أكثر من ٥٠ % من إجمالي عدد ساعات الإرسال ، فهي في بنما ٧٦,٤ % ، وفي كوبا ٦٧,٢ % ، بينما في كوت دي فوار الأفريقية لم تصل نسبة الوقت المخصص للبرامج الترفيهية إلى ١٦ % ، وبالنسبة للتليفزيون في إندونيسيا (وهو من أكثر تليفزيونات العالم اهتماما بالبرامج الثقافية) فإن نسبة البرامج الترفيهية فيه تصل إلى ٢٠ % فقط .

---

(١) تشير بعض الدراسات إلى أن التليفزيون في كوت دي فوار (ساحل العاج) قد استخدم البرامج التعليمية بنجاح . انظر:
- Dominique DRESOUCHES . – Information et développement en Côte d'ivoire . **Th. Cit.** : ولكن دراسة أحدث أشارت إلى فشل تجربة التليفزيون التعليمي في كوت دي فوار . انظر ــ **Eloï OULAI** . – L'information radiodiffusée en Côte d'Ivoire . **Mémoire** pour le diplôme Universitaire et Technologie : Option Communication . Uniyersité de Bordeaux III . I.U.T. , 1982 .

فإذا أخذنا في الحسبان الموقع الجغرافي لكل من دولتي بنما وكوبا مقارنة بموقع كل من كوت دي فوار وإندونيسيا ، **فهل يمكن تفسير زيادة نسبة البرامج الترفيهية في بنما وكوريا بقربهما من سوق هذه النوعية من البرامج ، ونقصد الولايات المتحدة الأمريكية بوجه خاص ؟** هل مثل هاتين الدولتين تدوران إذن في فلك الشبكات الأمريكية التي يغلب على برامجها الطابع الترفيهي ، حيث تشير إحصائيات يونسكو إلى أن التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٧٧م قد بث موادا ترفيهية بنسبة ٦٩ % من الزمن الإجمالي للإرسال ؟ .

أيما كانت الإجابة على هذه الأسئلة ، فإننا نشير إلى أهمية دراسة العلاقة بين موقع الدولة بالنسبة لقربها أو بعدها من سوق برامج التليفزيون الترفيهية ، سواء بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية التي هي بلا نزاع أكبر سوق لبرامج التليفزيون الترفيهية ، وبين زيادة أو قلة نسبة الوقت المخصص لهذه الفئة من برامج التليفزيون على شاشات الدولة .

وقبل أن نترك هذه النقطة ، يهمنا أن نقدم مثالا للتليفزيون في شيلي ، والذي يبث برامجه على ثلاث قنوات . والجدول رقم "٤٢" يوزع البرامج المستوردة في تليفزيون شيلي من حيث البلد المصدر لهذه البرامج وذلك عام ١٩٧٤م . ولكن نشير أولا إلى أن نسبة البرامج المحلية إلى البرامج المستوردة على القنوات الثلاثة في تليفزيون شيلي عام ١٩٧٤م كانت على النحو التالي :

القناة	البرامج المحلية	البرامج المستوردة
ـ القناة ٧	٢٦%	٧٤%
ـ القناة ٩	٣٢,٣%	٥٧,٧%
ـ القناة ١٣	٣٥%	٦٥%

جدول رقم "٤٢"
مصدر
البرامج المستوردة
في تليفزيون شيلي
عام ١٩٧٤م

الدولة المصدر	القناة		
	٧	٩	١٣
أمريكا الشمالية	%	%	%
ـ نسبتها من بين البرامج المستوردة	٤٣	٤٤	٤٩
ـ نسبتها في الوقت المخصص للإرسال	٥٧	٧٧	٧٤
الأرجنتين والمكسيك			
ـ بالنسبة للبرامج المستوردة	٢٦	٩	١٥
ـ بالنسبة للوقت المخصص للإرسال	٣٤،٩	١٠	٢٤

تشير الأرقام في الجدول السابق إلى أن المواد المستوردة من أمريكا الشمالية لكي تبث في تليفزيون شيلي تشغل حيزا مهما من وقت الإرسال ، وتشير المعطيات هنا أيضا إلى أن برامج أمريكا الشمالية تحتل أكثر من نصف زمن البث على القنوات الثلاث : ٧ و٩ و١٣ في شيلي ، وهي ٥٧ % و ٥٧ % و ٧٤ % على التوالي . أما البرامج التي مصدرها الأرجنتين والمكسيك ، وهما من دول أمريكا اللاتينية ، فإنها لا تشغل سوى وقت محدود بالنسبة لكل المواد المستوردة للبث ، فهي لا تتجاوز نسبة ٢٦ % و ٦ % و ١٥ % بالنسبة للقنوات الثلاث وبالترتيب ، ولا تشغل على خريطة البرامج سوى ٣٤,٩ % و ١٠ % و ٢٤% من زمن البث على هذه القنوات .

ونحن نؤكد هنا على أن تليفزيون شيلي لا يعتبر حالة فريدة من نوعه . فالمعروف أن معظم الدول تستورد من الخارج غالبية المسلسلات والأفلام التي تبث على شاشات التليفزيون فيها ، إن لم يكن كلها ، وتخرج من هذه القاعدة بطبيعة الحال الولايات المتحدة الأمريكية . ومن الجدير بالذكر ، أن الاتحاد السوفييتي والذي لم يكن يهتم بهذا النوع من برامج التليفزيون ، بدأ في عام ١٩٨٢م إذاعة المسلسل الأمريكي "دالاس" ، مثله في ذلك مثل بقية الدول الاشتراكية ودول العالم أجمع . ومن الطريف حقا ، أن التليفزيون الروسي كان يقدم لكل حلقة من دالاس بأن ***"هذا المسلسل يصور جانبا من الحياة في أسرة أمريكية ، وهي مثال واقعي لنمط الحياة في دولة رأسمالية"*** .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن كلا من الاتحاد السوفييتي والولايات المتحدة يشكلان المصدر الرئيسي للبرامج بالنسبة للدول التي تدور في فلك كل منهما . وقد يرجع ذلك إلى أن تكاليف إنتاج البرامج ، وخصوصا الدرامية ، تفوق تكاليف تأجيرها بل وشرائها . فتشير الأرقام في فرنسا مثلا إلى أن إعداد المادة الدرامية التي تستغرق ساعة واحدة يتكلف ما بين مليون ومليون ونصف من الفرنكات الفرنسية ، بينما يتراوح شراء البرنامج (الذي يستغرق ساعة) ما بين ٥٠٠٠٠ و ٧٥٠٠٠٠ فرنك . ولهذا ، لاحظنا أن التليفزيون الفرنسي هو أيضا يقدم مسلسلات وحلقات وأفلاما أمريكية ، بالإضافة إلى مواد من مصادر أخرى ، بجانب برامجه القومية . ولكن ، وحتى وقت قريب ، كان التليفزيون الفرنسي يحرص على أن تكون نسبة البرامج المستوردة في زمن البث الإجمالي أقل من ١٠ % ، وإن كنا نشير إلى أن هذا الرقم يجب أن ينظر إليه بحذر وبتحفظ شديدين ونحن في عام ٢٠٠٣م ؛ فخلال هذه السنوات التي مرت منذ منتصف الثمانينيات وحتى الآن ، قد يكون الموقف قد تغير بالنسبة للتليفزيون الفرنسي . ونفتح الأقواس هنا لكي نقول بأن العالم الفرنسي "روبير إسكاربيت" كان يطالب ، ونؤيده في ذلك ، بضرورة ألا تشكل البرامج الأجنبية في مجملها نسبة العشرة في المائة من إجمالي عدد ساعات البث بالنسبة للتليفزيون في الدول النامية ، شأنه في ذلك شأن قنوات التليفزيون الإقليمية ، ونغلق الأقواس ، مع ترك هذا الرأي أمام المسؤولين .

وهناك من الدول من ظل يتحفظ بالنسبة للإقبال على البرامج المستوردة ، وخاصة الصين ، حيث يحدد المسؤولون هناك نوعية المواد التي يمكن استيرادها من الخارج ، بل وتحديد الدول التي يمكن أن تكون "سوقا" مصدرا لهذه المواد . فقد أشارت إحدى الدراسات التي أجريت إلى أن الصين لا تبث موادا مستوردة إلا إذا كانت من الكتلة الشرقية . كذلك الأمر بالنسبة لليابان التي لا تتعدى فيها المواد المستوردة نسبة ٣ % فقط من الخريطة الزمنية لبرامج التليفزيون . ولكن ، ما زلنا نؤكد على أن هذه الأرقام يجب أن تؤخذ بحذر لأنها قديمة نسبيا ، ما دمنا نتحدث عن التليفزيون الذي يتطور باستمرار مع الانفتاح على الآخر في ظل السموات المفتوحة ، والتي في إمكان أي فرد لديه الإنترنت أن يبحر فيها بإرادته دون أي قيود أو تحكم من أولي الأمر .

أما بخصوص البرامج الترفيهية في التليفزيون المصري ، فإنه في عام ١٩٧٤م كان التليفزيون يقدم برامج ترفيهية بنسبة ٤٧,١ % ، ارتفعت عام ١٩٨١م إلى ٥٦,٦٦ % من زمن البث وذلك وفق إحصائيات يونسكو . وفي العام ٩٨/٩٩ ، وتبعا للبيانات التي ينشرها اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، كان الزمن المخصص للبرامج الترفيهية على القنوات

الأرضية كلها (٨ قنوات) بنسبة ٤٠,١٢% . هذا التقليص من حجم البرامج الترفيهية عما كان عليه الحال في سنوات سابقة هو بطبيعة الأمر لصالح نوعيات البرامج الأخرى ، الثقافية والإعلامية . فهل يعني هذا سياسة جديدة بدأ التليفزيون المصري يتبعها بعد أن رسخت أقدامه ووثق من دوره في المجتمع وبعد أن أصبحت له قنوات متخصصة للثقافة والتعليم تنطلق عبر الأقمار الصناعية ؟

خامسا ـ علاقة المشاهد بالتليفزيون المصري

عرفنا مما سبق أن التليفزيون المصري يقدم موادا متنوعة تدخل عند التصنيف تحت فئات ثلاث رئيسية وهي : الترفيه والإعلام والتثقيف ، والجدول رقم "٤٣" يعرض رغبات الجمهور بالنسبة للتليفزيون (واعتمدنا هنا على نتائج بحث ميداني أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨١م على عينة من سكان المدن) ، ومقارنة ذلك بما قدمه التليفزيون على القناة الأولى والقناة الثانية ، حيث اعتمدنا هنا على نتائج تحليلنا لبرامج التليفزيون سنة ١٩٨١م في أسبوع صناعي خلال شهور الصيف ، ومن الممكن أن نحصل على نتيجة مختلفة في حالة اختيارنا تحليل البرامج في فترة تواكب العام الدراسي الذي يهتم فيه التليفزيون بتقديم برامج تعليمية لا يقدمها في العادة خلال الإجازة الصيفية التي تم هنا تحليل البرامج فيها . وبطبيعة الحال فإن هذه النتائج قد تختلف عما يحدث الآن بعد مرور سنوات عليها ، والتي وضعناها هنا لمعرفة ماذا كان عليه الحال في فترة سابقة ، هذا من جانب ، ولكي نلفت نظر الباحثين إلى أن ما يطلق عليه اسم نظرية "الاستخدامات والإشباعات" (Uses and Gratifications) قد أغفلت جانبا مهما في العملية الاتصالية ونقصد بذلك المواد المتاحة أمام الفرد) .

جدول رقم "٤٣"
العلاقة بين العرض والطلب بالنسبة لبعض برامج التليفزيون

المواد	القناة الأولى		القناة الثانية		القناتان	
	الطلب%	العرض%	الطلب%	العرض%	الطلب%	العرض%
ترفيهية	٥٥	٥١,٣	٦٨,٨	٦٢,٤٦	٦٠,٠٧	٦٥,٦٦
تثقيفية	٢٢,٥	٢٦	١٨,٨	٢٢,١٩	٢١,١٩	٢٤,١٨
إعلامية	٢٢,٥	٢٢,٧	١٢,٤	١٩,٣٥	١٨,٧٤	١٩,١٦

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه يوجد شبه توافق بين ما يعرضه التليفزيون وبين ما يطلبه ويرغب فيه المشاهدون ؛ فقد احتلت التسلية المرتبة الأولى بالنسبة لجميع الحالات في الجدول السابق ، مما يؤكد ما سبق أن أشرنا إليه في صفحات سابقة من أن التليفزيون يعتبر بالدرجة الأولى وسيلة من وسائل التسلية والترويح . ويلي ذلك في الأهمية دور التليفزيون بالنسبة لوظيفة التثقيف ، وخصوصا البرامج الدينية ، وقد حازت فئة التثقيف على نسبة ٤٥,٤ % من رغبات المشاهدين بالنسبة لما هو ظاهر في الجدول السابق . ولكن ، قراءة الأرقام التي يعرضها الجدول نفسه أفقيا لا تشير إلى توافق تام بين العرض والطلب ، والذي يظهر على سبيل المثال بين ما تقدمه القناة الثانية من مواد في فئة التسلية وبين رغبات المشاهدين من هذه الفئة ، حيث يوجد فرق هنا بين العرض والطلب يصل إلى أكثر من ٦% .

وعند البحث إحصائيا عن التوافق بين العرض والطلب بالنسبة للبيانات التي عرضناها في الجدول السابق ، وجدنا أن نسبة التوافق فيما يخص القناة الأولى تصل إلى ٠,٩٩٤ ، وهذا الرقم يشير إلى ارتباط إيجابي وقوي بين المتغيرين ، كذلك الأمر بالنسبة للقناة الثانية حيث تصل قيمة نسبة التوافق هنا إلى ٠,٩٩٩ وهو يقترب من الواحد الصحيح ، وبلغت نسبة التوافق بين العرض والطلب للقناتين معا إلى ٠,٩٩٧، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى تجاوب المسؤولين عن التليفزيون مع رغبات المشاهدين والتي يتعرفون عليها من خلال "بارومتر" المشاهدة بالنسبة للتليفزيون ، ومن نتائج عديد من البحوث التي تقوم إدارة متخصصة في المبنى بتنفيذها ، وكذلك بالاستعانة بنتائج البحوث التي تتم في قسم الإذاعة بكلية الإعلام والأقسام المشابهة في كليات أخرى ، وأيضا من ردود أفعال المشاهدين والتي تصل إلى المسؤولين بأساليب مختلفة ، وأهمها المكالمات الهاتفية والمكاتبات البريدية ... ومن الجدير بالذكر هنا ، أن عدد المكالمات الواردة إلى التليفزيون عام ٩٩/٩٨ كان ٩٣٠٨٩ مكالمة ، منها ٩٢٩٨٧ مكالمة داخلية و ١٠٢ مكالمة خارجية . أما عن الرسائل البريدية فقد وصل عددها إلى ١١٤٢ رسالة ، منها ٩٦٠ رسالة داخلية و ١٨٢ رسالة خارجية[١]. وننبه هنا أنظار الباحثين في مجال الإعلام إلى موضوع جدير بالدراسة وهو يخص تحليل ردود أفعال جمهور التليفزيون وجماهير وسائل الإعلام الأخرى من خلال تحليل المكالمات الهاتفية والمكاتبات البريدية .

(١) *المرجع السابق* .

خاتمة

إلى جانب ما أثرناه في متن الكتاب من أسئلة ، نختتم هذا الكتاب ببعض أسئلة أخرى جديرة بالبحث لها عن إجابات وهي :

- هل يمكن أن يكون للتليفزيون دور في توجيه أذواق المشاهدين تجاه مواد بعينها؟
- وهل هذا التليفزيون يشبع رغبات مشاهديه ، ويلبي حاجاتهم ، أم أنه يوجد تعارض بين ما ينتظره المشاهد المصري من التليفزيون وما يقدمه له أولو الأمر عنه ؟
- وهل الاهتمام بالمواد الترفيهية أكثر من غيرها من مواد تليفزيونية يرجع إلى سهولة الحصول على هذه البرامج من مصدرها بسعر زهيد بل وأحيانا في شكل هبات بالإضافة إلى أنها معلبة وجاهزة للعرض (Take away) ؟
- وهل يمكن تفسير ذلك بأن التليفزيون يحاول الاحتفاظ بجماهيره الذين يزيد إقبالهم على البرامج الترفيهية والتي يمكنهم الآن متابعتها من قنوات فضائية عديدة تتيح لهم فرصة الانتقاء ، وكذلك من دول متاخمة تتخطى برامجها الحدود ؟
- وأين نحن من العالم المتقدم في مجال الإعلام ؟(انظر ملحق رقم "٤")
- وما مدى علاقة الطفل المصري الآن بالوسائل المطبوعة والإليكترونية ؟(انظر ملحق رقم "٤")

والسؤال الذي نطرحه في النهاية كبداية للتفكير هو :

- إلى أين يذهب بنا التليفزيون ؟



ملحق رقم "١"
قصة الفيلم التليفزيوني
"اليوم التالي"

نرجع هنا بالقارئ إلى الصحافة العربية والأجنبية في الفترة من ٢١ نوفمبر ١٩٨٣م إلى فبراير ١٩٨٤م ، حيث نشرت أن هذا الفيلم من إخراج "نيكولاس ماير" وكتب حواره "إدوارد هيوم" ، وأن الفيلم الذي استغرق إعداده أكثر من ثلاث سنوات وصلت تكلفته إلى سبعة ملايين من الدولارات . وقد عرضت هذا الفيلم محطة "إيه بي سي" (ABC) الأمريكية (American Broadcasting Company) ، واستغرق عرضه ساعتين وخمس عشرة دقيقة وذلك في الساعات الأولى من يوم الاثنين الموافق ٢١ نوفمبر عام ١٩٨٣م ، وشاهد الفيلم أكثر من ٧٥ مليون مشاهد في أمريكا .

وقد بدأ الفيلم مصورا الحياة العادية لعائلات تعيش في مدينة "لورانس سيتي" الموجودة فعلا على خريطة الولايات المتحدة الأمريكية بالقرب من "كنساس سيتي" ، صوروا حياة أهل هذه المدينة بمشاكلهم اليومية العادية . وفجأة يعلن التليفزيون على أهل هذه المدينة أن ألمانيا الشرقية قد أغلقت الحدود بينها وبين ألمانيا الغربية .

ولما كان الناس قد اعتادوا الإثارة ، حتى في نشرات الأخبار ، فإن الإثارة لم تعد تعنيهم أو تؤثر فيهم ، واعتادوا أن يروا الإعلانات عن سلع متنوعة ، فقد تصور المشاهدون لهذه النشرة الإخبارية التي تضمنها الفيلم أن شبكة التليفزيون ، والتي يمكن أن تقدم وتقول أي شيء (كما حدث مثلا في الفيلم التليفزيوني "شبكات" (Networks) ، أن الشبكة تروج مثلا لحبوب مهدئة من نوع جديد ، أو لرحلة سياحية لتهدئة الأعصاب ، لدرجة أن الجنود لم يصدقوا ما أذيع ، حتى بعد أن أعلنت الشبكة النبأ الخاص بقطع العلاقات مع روسيا ، إلى أن انطلقت الصواريخ الأمريكية تجاه الاتحاد السوفييتي ، ووقف سكان مدينة "لورانس" يرقبون الأحداث ... ، عندئذ ، بدءوا يعون ما يحدث ، ويتوقعون الرد السوفييتي المقابل ، فهرعوا يجمعون ما يمكن الحصول عليه من "السوبر ماركت" وعاش الجميع في حالة جنونية من الفزع ، بعد أن عرفوا أن روسيا تحتاج إلى ٢٢ دقيقة فقط للرد على الصواريخ الأمريكية بالمثل ، مما جعل الجميع يتصرفون دون مراعاة للآخرين ، يدوس بعضهم على بعض ...

واكتسحت الإشعاعات النووية التي حملتها الصواريخ الروسية كل شيء ، وحولته إلى دمار في "لورانس" ، إلا بالنسبة لمن استطاع اللجوء إلى المخابئ التي أعدت خصيصا لذلك تحت الأرض . وعاش سكان هذه المدينة "اليوم التالي" لهذا العدوان أشلاء تتحرك وسط الدمار ، ونلتقط صوت الرئيس الأمريكي هادئا وقويا من خلال موجات الراديو وهو يعترف للشعب الأمريكي بأنها تجربة قاسية إلا أن أمريكا قد انتصرت ، وأن مدينة واحدة هي التي تهدمت ، ولكن الولايات المتحدة ما تزال قوية وقادرة على مواصلة الكفاح من أجل الرفاهية الأمريكية والديمقراطية الغربية ، ولكن كل ذلك لا يهم هذه الأشلاء المتحركة ، فلا يعنيهم كثيرا أن تبقى الولايات المتحدة أو أن تنتصر ، أو أن يبقى العالم كله ، إذا كانوا في عداد الموتى . والفيلم كما نرى ، مطالبة صريحة للمسؤولين وللشعوب باتخاذ اللازم للحد من التسليح النووي ، ووقف التسابق بين الدول لإنقاذ البشرية من الفناء .

وعلى الرغم من أن هذا الفيلم "غير سياسي" كما تقول المحطة الباثة التي أذاعتــه ، إيه بي سي ، إلا أنه أثار جدلا واسعا في الدوائر السياسية والأمريكية ، وهــاجم المؤيـدون لسياسات الرئيس "ريجان" الفيلم ، ووصفه أحدهم بأنه يدمر سياسة الرئيس ريجان العسكرية ، وعد الفيلم هجوما مباشرا على مفهوم السلام من خلال القوة .

وقد أعرب اثنان من زعماء حركات السلام التي تدعوا إلى تجميد الأسلحة النوويــة عن اعتقادهما بأن الفيلم سيكون بمثابة دعم لمعارضي انتشار الســلاح النــووي والحركــات المنادية بتجميده .

وقد تلقى البيت الأبيض الأمريكي مكالمات تليفونية عديدة بعد عرض الفيلم مباشــرة ، وحتى قبل عرضه ، تسأل عن مدى صحة أحداث الفيلم ، وعما إذا كان هذا ما سيحدث عند نشوب الحرب أم أنه مبالغ فيه .

ومن الأشياء الجديرة بالذكر هنا ، ما قاله طفل فــي الثالثــة عشــر مــن عمــره : " تصورت أن الفيلم خيالي في بادئ الأمر ، ولكنني حين نظرت إلى والدي ، ورأيت مــدى القلق المرتسم على وجهه ، فطنت إلى الحقيقة ، وهي أن الفيلم بما فيه من أحداث يصور مــا سيحدث في حالة الحرب" ، وهذا يؤكد للقارئ أن المناخ الذي يــتم فيــه اســتقبال الرســالة الإعلامية ينعكس على المتلقي ، وهو ما أكد عليه الزميل طلعت أسعد في أثناء مناقشة رسالة في كلية الإعلام يوم ١٧ مارس ٢٠٠١م وأسماه "عامل" البيئة ، والذي يتدخل في تحديد نــوع التأثير الذي يمكن أن ينجم عن عملية الاتصال .

ومما نسب إلى هذا الفيلم من تأثير ، أن بعض الفتيات قد أغمي عليهن ، واختنقــت أنفاس بعض الرجال أثناء عرض الفيلم ، وصرخت بعض النساء رعبا مــن الأهــوال التــي يصورها الفيلم ، والتي يقول عنها المتخصصون إنها أضعف وأقل كثيرا مما قد يترتب مــن جراء إلقاء قنبلة نووية . كذلك أعرب بعض المتخصصين عن قلقهم من ظهور أعراض غير صحية على بعض الأطفال ، مثل التلعثم والتبول اللاإرادي ، والخوف .. ، والذي يفسره مــا قاله أحد الأفراد بعد مشاهدته للفيلم يصف المشاعر التي انتابته أثناء متابعتــه للفــيلم ، أنــه شــعر بجسده لا يقوى على الحراك ، وأسرع نبضه ، وتصبب عرقــه ، وتملكــه إحســاس باليأس ...

والمشاهَد هنا ، أن ما حدث من تأثير قد ظهر لدى بعض المشاهدين فقــط، ولــيس لدى جميع المشاهدين . وكان تأثير مشاهدة فيلم "اليوم التالي" على سكان مدينــة "لــورانس" ، والذين توحدوا مع أحداث الفيلم الذي صُوّر في مدينتهم ، بل واشترك بعضهم في أداء بعض أدواره ، أكثر مما حدث بالنسبة للمدن الأمريكية الأخرى التي كانت بعيدة عن الانفجار الذري الذي وقع على مدينة لورانس في أحداث الفيلم والتي عاش أهلها ما يمكــن أن يحــدث لهــم ولمواطنيهم في حالة إلقاء قنبلة نووية على مدينتهم .

ولكي نعرف أهمية تأثير هذا الفيلم على الشعب الأمريكــي ، يكفــي أن نقــول إن الحكومة الأمريكية قامت بشن حملة مضادة لاحتواء الإثارة التي سببها الفيلم ، وقد اشترك في هذه الحملة وزير الخارجية الأمريكي "جورج شولتز" ، و"كينيث أولمان" رئيس لجنة الرقابــة

على الأسلحة النووية ، وعدد من المسؤولين الذين أكدوا على مساندة البيت الأبيض لسياسات الرئيس "ريجان" القائمة على السلام من خلال القوة ، وحاول الجميع في هذه الحملة إظهـار السوفييت على أنهم المعارضون لجهود ريجان الخاصة ،

ومن النتائج التي تهمنا في دراستنا نتائج المسح الذي شمل الدولة بأكملها ، والـذي أثبت أن الفيلم قد غيّر بعض الآراء حول احتمال قيام حرب نووية بـين الولايـات المتحـدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي ؛ فقد ارتفعت نسبة الذين يعتقدون أن الحرب النووية لن تقع قبل عام ٢٠٠٠م من ٣٢ % قبل الفيلم إلى ٣٥ % بعد عرضه ، وذلك في الاستفتاء الذي أجرتـه مجلة "تايم" الأمريكية .

كذلك ارتفعت النسبة التي ترى أن الولايات المتحدة الأمريكية تفعل ما في وسـعها لتجنب مثل هذه الحرب من ٣٧ % إلى ٤١ % ، إلا أن شعبية الرئيس الأمريكـي "رونالـد ريجان" قد انخفضت إلى ٢٣،٦ % بعد عرض الفيلم بعد أن كانت ٧٤ % قبل العرض . وفي استفتاء آخر ، انخفضت نسبة المعتقدين بإمكانية النجاة من الحرب النووية في حالة وقوعهـا من ٧ % قبل العرض إلى ٥ % بعد العرض . فكيف يمكننا تفسير هـذه النتـائج وتحليلهـا لمعرفة الأسباب التي تختفي وراء هذا التأثير المباشر لفيلم من أفلام الخيال العلمي ؟

لا شك أن نفوس المشاهدين كانت مهيأة ومستعدة لقبول وتصديق أحداث الفيلم وذلك لأسباب متنوعة وعديدة نذكر منها :

ـ إلقاء قنبلتين ذريتين على "هيروشيما ونجازاكي" في اليابان فـي نهايـة الحـرب العلمية الثانية عام ١٩٤٥م يجعل الإنسان يعتقد أن من الممكن حدوث هجوم نـووي فـي أي لحظة خصوصا من قبل القوة العظمى الأخرى ، الاتحاد السوفييتي ، ضد الولايات المتحـدة الأمريكية .

ـ قد تشتعل هذه الحرب بطريق الخطأ ، وهذا أمر محتمل الحدوث ، بين لحظة وأخرى ، إذا عرفنا أنه في عامي ١٩٧٨م و ١٩٧٩م ذكر في التقرير الرسمي المقدم للكونجرس الأمريكي أن أجهزة الإنذار التي تراقب أي هجوم نووي من قبل الاتحاد السوفييتي سجلت حوالي ١٤٧ إنذارا كاذبا ، ولكن كان هناك فسحة من الوقت تسمح بتحليل الإنذار ومراجعته على أجهـزة أخرى قبل اتخاذ أي إجراء مضاد ، وهذا يعني أنه حتى في حالة ضبط الأعصاب والرغبـة التي يمكن أن تكون أكيدة لدى القوتين العظمتين في عدم استخدام رؤوس نووية في أي حرب يدخلان فيها ، فإن أي بلاغ أو إنذار كاذب لا يسمح الوقت بالتحقق من صدقه ، أو يصـعب تحليله لكشف زيفه ، كفيل بإطلاق صاروخ يحمل رأسا نوويا .

ـ يمكن أن ينطلق هذا الصاروخ بطريق الخطأ أيضا من المسؤول عن أزرار الـتحكم فـي قاعدة إطلاق الصواريخ .

ـ كذلك يمكن أن تندلع هذه الحـرب النووية بقرار متهور ينفرد بـه واحـد مـن صـانعي القرارات .

- معنى ذلك أن الردع النووي ، وهو خط الدفاع الأخير لحماية الإنسانية من الحرب النووية ، لا يمنع من وقوع هذه الحرب عن طريق الصدفة .

- واكب عرض الفيلم في أمريكا فشل المفاوضات الأمريكية/الروسية للحد من التسليح النووي وزيادة الخوف من خطر قيام حرب نووية .

- ازدادت في تلك الفترة وارتفعت أصوات الحركات المناهضة للسلاح النووي ، والدعوة إلى تجميد الأسلحة النووية ، وقامت المظاهرات المطالبة بإنقاذ البشرية من هذا السباق المخيف لهلاك الحياة .

- انتشرت الحروب الإقليمية في جنوب شرق آسيا وفي أفغانستان ولبنان وجزر الفوكلاند (جرينادا) وأسقطت طائرة كورية ...

- انتشرت الصواريخ المتوسطة المدى الأمريكية على مستوى أوربا .

- جو الإثارة الذي واكب وأعقب ، بل وسبق ، عرض الفيلم ، والذي وصل إلى حد إعلان حالة الطوارئ في المستشفيات الأمريكية قبل عرض الفيلم بدقائق لكي "تستقبل حالات الإغماء" .. ، التي سوف تترتب على مشاهدة الفيلم . وعقدت ندوة بعد عرض الفيلم ناقشت احتمالات وآثار وقوع حرب نووية ، لتخفيف الأثر الذي قد يكون الفيلم قد تركه لدى المشاهدين ، مع تخصيص عدة دوائر تليفونية للرد على أسئلة المتصلين بشبكة التليفزيون عقب مشاهدة الفيلم .

- نصائح علماء نفس واجتماع وتربويين بعدم مشاهدة الفيلم لمن هم أقل من الثانية عشرة دون مرافق ، بل وامتدت هذه النصيحة لتحذر من مشاهدة الفرد الفيلم بمفرده لكي يشعر بالاستئناس .

- كذلك ناشد منتجو الفيلم والذي تكلف سبعة ملايين دولار الآباء والأمهات منع أطفالهم من رؤية هذا الفيلم لما قد يثيره لديهم على المستوى العصبي والنفسي ، كما ناشدوا مرضى القلب وضعيفي الأعصاب عدم مشاهدة الفيلم تجنبا لما قد يسببه من آثار .

- كذلك طلب "أنطوني ألباردو" مستشار المدارس بمدينة نيويورك من المدرسين توجيه النصح لتلاميذهم بعدم مشاهدة هذا الفيلم بدعوى أنه مجرد فيلم من أفلام الرعب والإثارة ، واشترك علماء التربية مع المدرسين وعلماء السياسة وعلماء الاقتصاد وعلماء النفس والإعلاميون وعلماء الاجتماع وغيرهم في التحذير من تأثير هذا الفيلم .

ومما يذكر ، أن مجلة تايم الأمريكية قد أشارت إلى أن الفيلم كان له تأثير أكبر على الشباب تحت الخامسة والعشرين ، والذين قاموا بمظاهرات تندد بسياسة ريجان وتنادي بالحد من التسليح النووي في الأيام التي تلت عرض الفيلم على شاشة التليفزيون . هؤلاء الصغار ، الذين لم تمسهم الحرب شخصيا ، والذين رفضوا فكرة الاشتراك في الحرب في استفتاء كان قد أجري في أمريكا منذ سنوات ، قد فهموا من الفيلم أن الحرب ممكن أن تندلع في لحظة ما

في أي مكان على سطح الكرة الأرضية . وخروج الشباب الأمريكي الذي يمتلك القنبلة النووية ، يمكننا تفسيره في ضوء مقولة ماكلوهان الشهيرة بأن العالم قد أصبح أشبه بالقرية الصغيرة . أي أننا نرى في خروج هؤلاء للتنديد بالحرب النووية ، انتماءهم إلى العالم أكثر من انتمائهم القومي ، الذي ثبت ضعفه من خلال الاستفتاء السابق ذكره ، والذي أفصح عن رفض بعض الشباب الأمريكي الاشتراك في حرب فيتنام، والذي نشاهده أيضا من بعض شباب في فرنسا يرفض مبدأ التجنيد ويستبدله بالخدمة المدنية خارج الوطن بالعمل في مجال التدريس أو الطب أو خلافه في أي دولة نامية يوجه إليها من قبل الدولة .

أما بالنسبة للمشاهد المصري لهذا الفيلم ، فإننا نحيل القارئ أولا إلى ما كتبه أنيس منصور وصلاح منتصر وغيرهما من الكتاب والصحفيين الذين تناولوا هذا الموضوع بعد أن ذاع صيت الفيلم وكثر الحديث عن تأثيره على المشاهد الأمريكي ، وما أحدثه من توتر في المجتمع الأمريكي ، في الصحف العربية والأجنبية ، وثانيا ، نذكر هنا تجارب شخصية مر بها طلبة الفرقة الأولى عام ٨٤/٨٣ بعد الحديث عن ماهية هذا التأثير الذي نسب لفيلم "اليوم التالي".

فقد حضرت إحدى طالباتنا عرضا للفيلم نفسه في المركز الثقافي الأمريكي ولم يسترع انتباهها أي تأثير غير عاد على المشاهدين ــ ومعظمهم من الشباب ــ لا أثناء عرض الفيلم ولا بعد العرض ومشاهدة الفيلم . وذكر لنا طالب آخر أنه عند مشاهدته لهذا الفيلم قد هله انصراف الشباب المصري الموجود في صالة العرض عن الفيلم وانغماسهم في أحاديث كروية بحتة .

مما سبق ، يمكننا إذن أن نفترض بأن التأثير الذي قد تحدثه الرسالة الإعلامية الواحدة قد يختلف من مجتمع لآخر ، بل ومن فرد لآخر داخل المجتمع الواحد .

وكان من الطبيعي أن تلفت هذه الملاحظات بعض الطلبة في إطار المادة التي تتناول العلاقة التي تقوم بين وسائل الإعلام والمجتمع ، فاتجه بعض منهم لدراسة هذا الموضوع ميدانيا ، ونخص بالذكر منهم كلا من إبراهيم السيد وجيهان عطية ومي الشافعي ودينا جمال وأمل علي وأحمد عبد العزيز ، وذلك للتعرف على دور الصحافة المصرية في الدعاية لهذا الفيلم وإعطائه أهمية أكبر من حجمه (خصوصا بعد أن شاهده بعض الطلبة ولم يجدوا فيه الإثارة التي قرءوا عن آثارها بالنسبة لهذا الفيلم) .وهكذا اهتم أبناؤنا الطلبة بالبحث عن التأثير الذي يمكن أن يكون هذا الفيلم قد تركه لدى المشاهد المصري ، ومدى تصور المواطن المصري لإمكان قيام حرب نووية . ولكن نظرا لأن حجم العينة التي درست كان ضئيلا ، فإنه من الصعب ذكر النتائج التي توصل إليها هؤلاء الأبناء والتي نتركها فروضا وتساؤلات يمكن أن نبحث عن إجابة عليها في دراسات متعمقة .

مما سبق يمكننا أن نحدد ثلاثة عوامل قد يكون لها دور فيما نسب لفيلم "اليوم التالي" من إثارة الرعب والفزع في نفوس المشاهدين في الولايات المتحدة الأمريكية :

– محتوى الفيلم نفسه والذي رأينا أن في الإمكان حدوثه ، وقد حدث ذلك بالفعل سنة ١٩٤٥م ، والذي لعب الإخراج دورا في تجسيده إلى درجة تقترب من الواقعية بالنسبة لبعض المشاهدين على الأقل . كما أن معدي الفيلم قد اعتمدوا على تقرير رسمي أصدره الكونجرس تحت عنوان "الآثار التي تترتب على الحرب النووية".

– خصائص الجمهور الأمريكي الذي شاهد الفيلم وتأثر به ، ولم يتأثر به من شاهده من المصريين مثلا .

– التوقيت الذي أذيع الفيلم فيه ، والذي قد يكون السبب في خروج المظاهرات في دول أوربية عديدة تندد بالسلاح النووي .

ملحق رقم "٢"
الآثار السيئة التي تنسب إلى التليفزيون

كتب فاروق جويدة مقالة في جريدة الأهرام في عددها الصادر في الخامس من سبتمبر عام ١٩٨٥م ضمنها عدة تساؤلات تشير إلى اتهامات صريحة يوجهها إلى جهاز التليفزيون ، والتي نذكرها هنا ، لا للرد عليها ، ولكن لكي يعرف القارئ وجهات النظر المختلفة .

بعد ربع قرن ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري ؟

انتهى "عرس" التليفزيون واحتفل بعيده الفضي ..

ومن حق التليفزيون أن يحتفل بعيده .. ومن حقه علينا أن نحمل له باقات الورود ، فمهما كانت ملاحظاتنا عليه .. ومهما كان عتابنا له .. فهو صديق الأسرة الذي لا يفارقها .. وإن فارقناه .. فنحن الهاربون منه إليه .

والسؤال الذي يطرح نفسه الآن بكل الصدق والأمانة وقد هدأت الاحتفالات وتوارت باقات الزهور ...

ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري في ربع قرن من الزمان تسيد فيها هذا الجهاز الساحة الثقافية والإعلامية وأصبح يتحمل مسؤولية تكوين أجيال كاملة في أخلاقها وسلوكها وثقافتها ؟

وكيف تكونت هذه الأجيال .. وماذا حدث لها وإلى أين وصل بها المطاف ؟

لقد انتزع هذا الجهاز الصغير الريادة من كل الوسائل التقليدية للثقافة ابتداء بالكتاب وانتهاء بالمسرح ودور السينما .

إن خبراء السياسة والإعلام يقولون : إن الشعوب فيما مضى كانت تحطمها الجيوش أو يحكمها الساسة ... بمعنى أن الدول المتقدمة تحكمها أحزابها ومؤسساتها وتقاليدها الدستورية السياسية العريقة ، والدول المتأخرة تحكمها الانقلابات العسكرية وأساليب البطش والقهر السياسي والمعنوي ... ولكن خبراء السياسة والإعلام يقولون إن من يمتلك الإعلام اليوم هو الحاكم الحقيقي في هذا العالم والتليفزيون أخطر وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر.

واليوم ونحن نطرح هذه القضية للحوار ... نريد أن نسأل التليفزيون ماذا فعلت بالعقل المصري ؟ وكيف يرى أصحاب الرأي دور التليفزيون على امتداد ربع قرن من الزمان ... هل كان دورا إيجابيا ... أم كان دورا سلبيا ...إن موضوعية الحوار تتطلب أن نذكر إيجابياته كما نشير إلى سلبياته ...

ولنسأل التليفزيون – ساحرنا العجيب – كيف تسلمت العقل المصري – وإلى أين وصلت به ؟

تسلمت العقل المصري وهو على قمة الهرم الاجتماعي موقعا وسلوكا وترفعا فأين هذا العقل الآن في مباريات كرة القدم والمسلسلات والبرامج الهزيلة ؟

تسلمت العقل المصري والثقافة تضع صاحبها في أعلى المراتب واليوم أصبح على قمة الهرم الاجتماعي تجار الخردة والمهربون وتجار السوق السوداء وأصحاب الصفقات المشبوهة .

فماذا فعلت مسلسلاتك وأغانيك وأفلامك بعقل مصر ووجدانها ؟

تسلمت العقل المصري وعشرات بل مئات القدرات الجادة المترفعة التي تكونت تكوينا ثقافيا سليما تأخذ مكانها بقدرتها وكفاءتها في كل موقع من مواقع حياتنا .. فأين اليوم أصحاب القدرات الحقيقية وإلى أين وصل بهم الحال ... وأين الذين جعلوا كفاءتهم وحدها سلاحا في سراديب الشللية والانتهازية والمجاملات ؟

تسلمت العقل المصري وهو في قمة نضجه وعطائه وتطوره فكنا نرى المثل والقدوة في العقاد وطه حسين والحكيم ووصل بنا الحال لكي تصبح القدوة أمام أبنائنا لاعب كرة أو مطربا قبيح الصوت أو تاجر خردة نصب على بنك واختلس الملايين وفر هاربا .

وحار أبناؤنا وحرنا معهم لأن هدفا في مباراة أهم في حياتنا الآن من كل ما كتب العقاد وطه حسين والحكيم وأهم من كل ألحان عبد الوهاب والسنباطي ومسرحيات يوسف وهبي .

وإذا كانت مباراة القدم تأخذ الساعات على شاشتك الصغيرة إذاعة وتحليلا ورصدا وإعادة وتمجيدا فإن ذكرى العقاد وكتبه المائة لا تأخذ أكثر من ربع الساعة على خريطتك العادلة !!

كيف تسلمت السينما المصرية ... وإلى أين وصلت بها ؟

أين الترفع في أفلامنا حوارا وقدوة وسلوكا ... وكيف وصل بنا الحال إلى ما نحن فيه من أفلام الجنس والمخدرات والابتذال والترخص ؟

تسلمت الأغنية — يا جهازنا الحبيب — وفرسانه أم كلثوم وعبد الوهاب وعبد الحليم والسنباطي وفريد الأطرش وعشرات غيرهم .

فما هي الأغاني التي تقدمها لنا اليوم ... وأين أصواتك وأغانيك وألحانك ... وكيف أصبح من حق أي ... أن يدخل ستوديوهاتك ويغني ويؤذي مشاعرنا ويخرب وجدان أبنائنا بأصوات رديئة وكلمات هابطة .

ما هي القدوة التي تقدمها مسلسلاتنا اليوم ؟

قد يرى البعض أن هذه التساؤلات تحمل التليفزيون مسؤولية ما أصاب مصر كلها وكأنه سبب الكارثة . ولكن السؤال الآن ما هي حدود مسؤولية التليفزيون ؟

إن القانون يعاقب بائع المخدرات ومروجها ومن يتعاطاها ... فمن يا ترى يستحق العقاب ... الذين أنتجوا الأفلام والمسلسلات والأغاني الهابطة ؟؟ أم الذين مثلوها ... أم الذين روجوها ودخلوا بها إلى أبنائنا الآمنين في غرف نومهم ؟

أنا لا أتصور مثلا ألا نسأل التليفزيون عن أغنية ركيكة يقدمها حتى ولو لم يكن منتجها ... أو مسلسل هابط حتى ولو جاء في شكل هدية أو برنامج تافه حتى ولو ارتدى أقنعة الثقافة أو الدين أو الفن .

لقد أصبح التليفزيون اليوم هو المعلم الأول وتجاوز بتأثيره حدود البيت والمدرسة والمجتمع كله .

ولهذا نريد أن نسمع رأي علماء الاجتماع وعلم النفس وخبراء الإنتاج عن أثر التليفزيون على العلاقات الاجتماعية والأخلاقية والسلوكية في الإنسان المصري .

هناك فنون تعلم الإنسان التكاسل والسلبية واللا مبالاة فأين تقع مسلسلاتنا وأفلامنا وسط هذه التيارات ؟ وهل شاركت في بناء إنسان أفضل أم تركت لنا أجيالا ضائعة تواجه الحياة بكل مظاهر الخمول والتكاسل ؟

أين الفلاح المصري هذا العملاق الذي كنا نراه في حقله مع صلاة الفجر كل صباح شامخا كأشجار النخيل ... ماذا فعل به التليفزيون ؟

ترى هل ساعده على أن يتخلص من جهله وجعله أكثر قدرة على العمل والإنتاج أم زاده مع الأيام جهلا وتراخيا وسلبية ؟

لقد أعاد التليفزيون تكوين الحياة في مصر ... ولكن السؤال الآن : هل مضى بها إلى الأفضل .. أم جعلها تخسر أعظم ما فيها ؟

كيف تؤدي تليفزيونات العالم دورها ... إن الناس في كل دول العالم تشاهد التليفزيون مثلنا تماما ... ولكنهم يذهبون إلى أعمالهم في أوقاتها ويؤدون الواجب على أكمل وجه ... إنهم يقدمون مباريات كرة القدم ولكن دون أن تسبقها أغاني وكأننا في حالة حرب .

إنهم يشعرون بقيمة وخطورة هذا الجهاز ولذلك يخططون له كل صغيرة وكبيرة .. فكيف نرى نحن دور التليفزيون في حياتنا ؟

هذه التساؤلات نطرحها للحوار وليس معنى طرحها أننا ننكر الدور الكبير الذي يقوم به التليفزيون في حياتنا أو الجهود التي يقوم بها المسؤولون عن هذا الجهاز الخطير ... ولكن جاء الوقت لكي نسأل أنفسنا ماذا فعل التليفزيون بالعقل المصري — قضية تستحق أن نناقشها بدون حساسيات .

ملحق رقم "٣"
المخدرات والشباب ودور وسائل الإعلام

العينة التي درسناها هنا اختيرت بطريقة عمدية من بين طلبة جامعة القاهرة الذين يتعاطون المخدرات . وقد اقتصرنا في الاستمارة التي أعددناها للبحث على تساؤلات محدودة يمكن من خلالها الوصول إلى ما نبحث عنه ، وعلى وجه التحديد ، كيف تصل هذه المخدرات بأنواعها المختلفة إلى أيدي الشباب والأسباب التي كانت وراء هذا التعاطي ، ومدى اقتناع الشباب بالمخدرات ، والأسلوب الذي يسلكه الشاب للعلاج ، لطرح نتائج هذه الأسئلة للمناقشة في ندوة نظمتها أسرة "الطيور المهجرة" التي كنا نتولى ريادتها في كلية الإعلام جامعة القاهرة حول موضوع الساعة وقتها وهو "المخدرات" .

وقد أقيمت هذه الندوة في كلية الإعلام يوم ١٤ نوفمبر عام ١٩٨٥م وحضرها فضيلة الأستاذ الدكتور الأحمدي أبو النور (وزير الأوقاف والذي عرض سيادته بعد انتهاء الندوة بأن يقوم المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية بنشر الموضوعات التي نوقشت والكلمات التي قيلت والأسئلة التي وجهت لأعضاء اللجنة والردود عليها في كتاب خاص على نفقة الوزارة) ، كما حضر الندوة الأستاذ الدكتور عمر شاهين أستاذ الطب النفسي بالقصر العيني (رحمه الله) ، والدكتور علي محمد دياب أستاذ التحاليل والسموم بالمركز القومي للبحوث ، والأستاذ عبده مباشر رئيس تحرير جريدة شباب بلادي ، والأستاذ الدكتور مختار التهامي عميد كلية الإعلام والذي أدار الندوة ، وصاحبة هذه السطور التي نظمت الندوة ودعت إليها .

وفيما يلي عرض لنتائج هذا البحث المصغر دون التعمق في التحليل ، خاصة أن البحث قد طبق على ٣١ حالة فقط ، وهذا لا يسمح بتعميم النتائج ، كما أن أسلوب اختيار العينة لم يتم بطريقة علمية مدروسة ، بل ترك للباحث الميداني حرية اختيار المفردات من داخل الحرم الجامعي . وكنا نأمل أن يستكمل هذا البحث كما أشار بذلك سيادة وزير الأوقاف أثناء مناقشة البحث في الندوة ، بدراسة مقارنة تستهدف معرفة نسبة انتشار المخدرات بين الشباب ، حيث ظهر من بحث للأستاذ الدكتور مصطفى سويف أنها وصلت إلى ٣٦ % بين الشباب الجامعي ، و إلى ٢٠ % بين تلاميذ المرحلة الإعدادية ، واقترح الدكتور عمر شاهين أن يؤخذ عامل الدين كمتغير أساسي في المقارنة بين فئات الشباب التي تتعاطى المخدرات .

ومن بيانات الجدول رقم "١" ، يتضح أن تعاطي المخدرات مشكلة حقيقية موجودة لدى الشباب في جامعة القاهرة منذ عام ١٩٨٥م على الأقل ، ومنتشرة في كليات الجامعة المختلفة ، وإن كان أكثر من ثلث العينة المدروسة قد رفضوا ذكر اسم الكلية التي يدرسون بها ، ومن السهل تفسير ذلك . والقارئ للجدول يلاحظ أيضا أن المخدرات منتشرة بين طلبة الفرق الأربعة في الجامعة .

أما عن ترتيب الكليات تبعا لحجم العينة التي تتعاطى المخدرات ، فإن ظهور كليات التجارة والآداب والحقوق في المقدمة قد يرجع إلى أعداد الطلبة فيها والذي يفوق مثيله في كليات أخرى مثل كلية العلاج الطبيعي والزراعة والعلوم والإعلام ، كذلك لأننا في هذا البحث الاستطلاعي لم نتبع الأسلوب العلمي عند استخراج العينة .

ويتضح من الجدول رقم "١" أيضا أن تسجيل الفرقة الدراسية والذي كان واضحا إلا في حالة واحدة ، لا يشكل عقبة لدى المبحوث ، فالانتماء إلى الكلية أقوى من الانتماء إلى الفرقة الدراسية التي قد لا تفصح عن شخصية الفرد بقدر ما يفصح عنه اسم الكلية . وكان من الطبيعي أيضا أن يرتفع عدد المتعاطين للمخدرات بين السنوات الأخيرة عن السنوات الأولى ، حيث ظهر في عينتنا المدروسة أربع حالات في الفرقة الأولى تزداد إلى خمس حالات في الفرقة الثانية ، فعشر حالات في الفرقة الثالثة وإحدى عشرة حالة في الفرقة الرابعة . والتفسير قد يكون في "الشلة" التي تستقطب أعضاء جددا طوال سنوات الدراسة بالجامعة، فهي تظهر بشدة في الفرقتين الثالثة والرابعة ، ربما لأنهم أكثر "جرأة" في الرد على الأسئلة مقارنة بطلاب الفرقتين الأولى والثانية ، أو بسبب التقدم في السن وزيادة "الخبـرة" ، وقد يرجع ذلك للسبب السابق الإشارة إليه والمتعلق بطريقة استخراج العينة .

جدول رقم "١"

توزيع العينة المدروسة تبعا للكلية والفرقة الدراسية

الكلية	الفرقة					المجموع
	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة	لم يحدد	
التجارة	—	١	٢	٢	١	٦
الآداب	—	—	٣	٣	—	٦
الحقوق	١	٢	١	١	—	٥
الإعلام	—	—	١	١	—	٢
العلاج الطبيعي	—	—	—	١	—	١
الزراعة	—	—	—	١	—	١
العلوم	١	—	—	—	—	١
لم يحدد	٢	٢	٣	٢	—	٩
المجموع	٤	٥	١٠	١١	١	٣١

جدول رقم "٢"

يوزع العينة المدروسة تبعا للسن ونوع المخدر

السن	نـوع المـخدر												العينة	المجموع
	ا	ب	ج	د	هـ	و	ز	ح	ط	ى	ك	ل		
١٧			١									١	١	٢
١٩	١												٢	٢
٢٠	٦	٥	١	١	١							١	٦	١٢
٢١	١٠	٤	٢			١	١	١	١	١			١١	٢١
٢٢	٥	١										١	٥	٧
٢٣	٢												٢	٢
٢٤	٣											١	٣	٤
٢٥	١												١	١
المجموع	٢٨	٧	٤	١	١	١	١	١	١	١	١	١	٣١	٥١

(أ=حشيش، ب=حبوب LSD برشام أقراص، ج=هيروبين، د=سجائر محشية ، هـ=أفيون، و=كوكايين، ز=ماكسفورت، ح=حقن ستيدول، ط=خمر ، ى=توسيفان، ك=ماريجوانا، ل= كل شئ)

الجدول السابق ، والذي يوزع عينة الدراسة تبعا للسن ونوع المخدر الذي يتعاطـاه المبحوث ، يشير إلى أن الحشيش هو أكثر نوع من المخدرات انتشارا بين الشباب الجـامعي في العينة المدروسة . وقد تكرر ذكر الحشيش ٢٨ مرة (منها مرة سجائر "محشية") في عينة حجمها ٣١ مفردة فقط . أما الحالات الثلاثة التي لم تذكر الحشيش صراحة فقد كان تعاطيهـا للمخدرات على النحو التالي :

١ ــ طالب عمره ١٧ سنة ذكر أنه جرب جميع الأصناف ولكنه يتعاطى الهيروين

٢ ــ طالب عمره ١٩ سنة يتعاطى المخدر عن طريق الحقن .

٣ ــ طالب عمره ٢١ سنة يتعاطى حبوبا و "توسيفان" (وهو دواء يؤخذ مهدئا فـي حـالات السعال) .

جدول رقم "٣"

يوزع عينة الدراسة تبعا للسن وبداية تعاطي المخدر

بداية التعاطي	السـن								المجموع
	١٧	١٩	٢٠	٢١	٢٢	٢٣	٢٤	٢٥	
من الإعدادية					١				١
من ثانية ثانوي				١					١
من الثانوية العامة				١					١
من ٣ سنوات					١				١
من سنتين			١						١
من سن ١١			١						١
من سن ١٥			١	٢	١				٤
من سن ١٦			٢	٢		١			٥
من سن ١٧	١	١		١			١		٤
من سن ١٨				١		١			٢
من سن ١٩			١	٣	١				٥
من سن ٢٠					١		١		٢
من سن ٢١							١		١
من سن ٢٢ سنة					١			١	٢
المجموع	١	٢	٦	١١	٥	٢	٣	١	٣١

ويلي الحشيش في الانتشار في العينة المدروسـة البرشـام والأقـراص وحبـوب الهلوسة[1] ... ، وقد يرجع ذلك إلى سهولة تداولها دون أن تكتشف ، والتي قد يروجها بعض الأفراد على أنها نوع من "الأسبرين" ، ومثال ذلك حالة قرأنا عنها في الصحف لامرأة تـوزع هذه الحبوب حول حمام السباحة في أحد النوادي الكبيرة بالقاهرة .

أما الحالات التي تتعاطى الهيروين والكوكايين وهم خمس حالات فهي :

(١) عن حبوب الهلوسة "LSD" يقول الدكتور علي محمد دياب أن هذه الحروف الثلاثة المختصر للاسم الإنجليزي "Lysergic Acid Diethanolamide" ، وقد وجدناها مكتوبة بالمختصر لها وبدون نقط وبدون الإشارة إلى معناها في :
Henry KEMPE , Henry SILVER & Donough O'BRIEIN . Curent Pediatrc Dignosis and Treatment . 6th ed. Middle East Edition . Beirut , 1980 .

١ ــ الطالب الوحيد الذي عمره ١٧ عاما وهو أصغر أفراد العينة ويقول :"بدأت في التعاطي وسني ١٦ سنة ، وتعاطيت كل شيء ، واستمريت في الهيروبين وكان ذلك بسبب قريب لي ، ولكنني تحت العلاج حاليا" .
٢ ــ الفتاة الوحيدة في العينة المدروسة وعمرها ٢٠ عاما وتتعاطى المخدرات منذ ثلاث سنوات ، أي وعمرها ١٧ سنة ، وتقول إنها تعرفت على "كوافيرة" عرضت عليها نوعا من البرشام بعد أن عرفت أنها تتعاطى الحشيش ، وقد عرفتها الكوافيرة بمجموعة من الشبان العرب ، فانزلقت معهم حتى أدمنت الهيروبين ، وقد بدأت الفتاة في العلاج وتقول : "لم يلاحظ ذلك أحد في البيت لانشغال كل واحد بنفسه" .
٣ ــ الحالة الثالثة لطالب عمره ٢١ سنة يتعاطى الحشيش والهيروبين والكوكايين وبدأ ذلك منذ التاسعة عشرة ، ويقول بالحرف : "لا يوجد سبب مقنع للإدمان" أما عن سبب تعاطيه ، فهو يرجع إلى أن مجموعة من "الأصدقاء" كانت تتلاقى يوميا وأقنعوه بالتجربة التي بدأت في صورة مجاملات ثم أصبحت عادة . ويقول بأنه أحس أنه انطوائي ، ولذلك قرر مرات كثيرة أن يقلع عن تعاطي المخدر ولكنه كان يعود مرة ثانية ، ويؤلمه ما حدث له من تغيرات جسمية وذهنية ، وقد بدأ في العلاج الذي سيأخذ فترة
٤ ــ أما الحالة الرابعة فهي لطالب عمره ٢١ سنة أيضا ويتعاطى الهيروبين والماكسفورت والحشيش و حبوب الهلوسة (LSD) . وكانت البداية مع الحشيش وعمره ١٩ سنة لكي يمنع أصدقاءه من تلقيبه بأنه "طفل" . أما الحقن ، فقد بدأت مع الأصدقاء ثم استمر فيها تلقائيا ، وعُرض عليه الهيروبين ، ولكن لما كانت "مصاريف" الهيروبين كثيرة فقد انتقل إلى صنف آخر .
٥ ــ والحالة الوحيدة للماريجوانا لطالب عمره ٢٠ سنة ، وكان ذلك عن طريق أحد الأصدقاء الذي كان يعتبره مثل أخ أكبر ، وكان ذلك في الولايات المتحدة ، ولم يتعاط المخدر وحده أبدا ، ولكن كان ذلك يتم دائما مع الأصدقاء .

وعند تحليل معطيات الجدول رقم "٣" الذي يوزع عينة الدراسة تبعا للسن وتاريخ بداية التعاطي كما ذكرها المبحوثون ، نلاحظ أن الحالات الخمسة الأولى قد ذكرت بدائل تشير إلى حالات خاصة قد تكون لأسباب نفسية ــ ظهرت بوضوح في أقوال بعضهم ــ وإن كنا لا نرى علاقة سببية واضحة تربط ما بين الحالة النفسية للفرد وبين تعاطي المخدر ، فكل واحد منا يمر بأزمات نفسية ، ولكن التعلل بأزمة نفسية بسبب الثانوية العامة مثلا أو بمشاكل منزلية مصدرها اختلاف في الرأي مع الوالدين ، فنحن نتساءل هنا كم منا لم يختلف يوما في الرأي مع والديه ؟

وحالة أخرى بدأت وهي في الإعدادية بالسجائر (وهذا يجعلنا نفتح الأقواس لكي ننبه إلى احتمال وجود علاقة ارتباط بين السجائر وتعاطي المخدرات ، فهي بداية للانزلاق بالنسبة لبعض الأفراد على الأقل) . وهذه الحالة تتعاطى الآن الحشيش والأفيون والخمر ، ويقول صاحبها إن مصروفه كان كبيرا ، وكانت هناك خلافات كثيرة في الأسرة . وما زلنا نؤكد أن هذه الخلافات داخل الأسرة لا يجب أن تكون تاحجة ، أو بلغة الشباب ، "الشماعة" ، التي يعلق عليها بعض المنحرفين أخطاءهم بشكل أو بآخر .

وحالة ثالثة ذكر صاحبها أنه بدأ تناول الحشيش من سنتين وكان ذلك في ليلة رأس السنة "لزوم الفرفشة مع الشلة" . والشيء نفسه بالنسبة للطالب الذي بدأ تعاطي الحشيش والأفيون منذ أن كان في الصف الثاني الثانوي أثناء التهريج مع "الشلة" واندفاعه إلى مشاركتهم "للمجاراة والتقليد" .

أما الطالبة الوحيدة في العينة والتي بدأت منذ سنوات ، كما تقول ، بتعاطي الحشيش ، فقد كان سبب انزلاقها إلى تعاطي البرشام الفانتوم والهيروين (حسب تعبيرها) أنها تعرفت على مجموعة من الشبان العرب كما سبق أن ذكرنا . ونلاحظ بالنسبة لهذه الحالة وحدتها النفسية داخل الأسرة في قولها إنها بدأت في العلاج ولم يلاحظ ذلك أحد في البيت لانشغال كل واحد بنفسه . وهنا نفتح الأقواس مرة أخرى لكي نقول لمثل هذه الفتاة إن والديها ، وإن كنا نؤمن تماما بتقصيرهم في رعايتها وتأديبها وهو حق لها ، إلا أن هذا التقصير بانشغال والديها عنها قد يكون للبحث عن المادة التي توفر لها حياة الرفاهية التي تحلم بها ، فلتراجع إذن نفسها .

وحالة أخرى في هذه الفئة لطالب سافر إلى ألمانيا وتعرف على صديق ألماني وفتاة مصرية ، وبدأ يتعاطى الحشيش وأنواعا أخرى كثيرة من المخدرات لملء وقت الفراغ الكبير الذي كان يعيش فيه ، ولكنه امتنع الآن وذلك منذ حوالي سنة ونصف .

أما الحالات الأخرى ــ وعددها ٢٦ حالة ــ فقد عرّفت تاريخ بداية تعاطي المخدر ببلوغها سنا معينة ، من سن ١١ سنة ، وهي حالة نادرة ، لشاب كان في أمريكا وتعاطى الماريجوانا ، وقد شجعه على ذلك صديق كان يعتبره أخا أكبر كما ذكرنا قبل ذلك .

وتتركز معظم الحالات في العينة المدروسة هنا ، ٢٠ حالة من ٣١ حالة ، في الفئة التي ذكرت أنها بدأت التعاطي عندما وصل سنها إلى ١٦ أو ١٧ سنة أو ١٩ سنة ، وهي بالفعل فترة حرجة تفصل ما بين مرحلتي المراهقة والرجولة ، وفيها قد يندفع بعض الشباب في تصرفات يعتقد أنها من سمات الرجولة ونضوج الشخصية الكاملة . وقد ظهر هذا بوضوح لدى بعض المبحوثين في العينة المدروسة عندما قال أحدهم أن البداية كانت بالحشيش "لمنع أصحابه من تلقيبه بالطفل" ، ولكنه وصل الآن إلى الهيروين والماكسفورت وحبوب الهلوسة إلى جانب الحشيش .

وشاب آخر في العينة بدأ وعمره ١٦ سنة بالحشيش ويقول إن ذلك كان بعد انتقاله من مدرسة إنجليزي إلى مدرسة عربي ، كان يأخذ دروسا خصوصية مع زملاء له بدءوا يقولون له "أنت رجل ولازم تشرب" ، وكانت البداية بتشجيع من المدرس الذي كان "قدوة" لهم في التعاطي .

وإلى كل هؤلاء نقول ، إن الرجولة ليست في تعاطي المخدرات ، وهذا المدرس ليس مثالا يحتذى به ، فالرجولة هي أن تنجح في حياتك وتثبت وجودك بطريقة عملية لصالح المجتمع .. ، وأن تساهم في وضع لبنة في بناء هذا المجتمع ... أن تحاول أن تجد مخرجا للأزمات التي يمر بها الوطن ، وأن تشارك إيجابيا في حل مشاكله ، ولن يحدث أي الفرد في تحقيق ذلك إذا خرج عن وعيه وفقد عقله .

والجدول التالي يوضح كيف بدأ الشباب في العينة المدروسة تعاطي المخدرات .

جدول رقم "٤"

يحدد كيفية بداية تعاطي المخدرات بين شباب جامعة القاهرة

مسلسل	ظروف بداية تعاطي المخدر	التكرار
١	التهريج مع "الشلة" لمجاراتها	١٧
٢	المغامرة وحب الاستطلاع	٧
٣	أزمات نفسية وعاطفية	٢
٤	خلافات في الأسرة واختلاف في الرأي	٢
٥	انشغال كل واحد في الأسرة بنفسه	١
٦	المصروف الكبير	١
٧	وقت الفراغ	١
٨	لمنع تلقيبه بالطفل	٢
٩	بتشجيع من بعض الأقارب أو ذوي المكانة	٣
	المجمـوع	٣٦

من الجدول السابق يتضح أن الأسباب الرئيسية وراء اندفاع الشباب إلى المخدر في الحالات موضع الدراسة يرجع بالدرجة الأولى إلى "الشلة" ومحاولة مجاراتها ، ولكـن فـي طريق عواقبها يعرفها كل منا . ففي العينة ، ١٧ حالة من ٣١ حالة ، أي أكثر من النصف ، وقعت في هذا الطريق الشائك بسبب الصحبة ، إما للتهـريج أو "للفرفشــة" ، أو مجـاراتهم للاندماج معهم ، أو لإثبات قوة الإرادة على سبيل التحدي .

وما أشبه الفرد هنا بمن يلقي بنفسه في النـار لكي يثبت لمشاهديه قـوة تحملـه ، والنار لن تحرق أحدا سواه . فلننتبه إذن لكل خطوة قبل أن نقدم عليها .

وما أشبه هؤلاء أيضا بمن يقولون إنهم قد اضطروا لتعاطي المخدر حتـى لا يقـال إنهم مازالوا أطفالا أو مراهقين . الطفل هو الغر الذي لا يعرف عواقب ما يُقدم عليه ، أمـا الرجل فهو الذي يدرك ذلك تماما ، ويعي عيوب وخطورة الأفعال التي لن يجني منها سـوى الضياع ، فلا يقدم عليها ، بل ويتجنبها ويتجاهلها . كذلك هـؤلاء الـذين تعـاطوا المخـدر للمغامرة وحب الاستطلاع والتجربة ... والعواقب معروفة .

"والشلة" أو "الثلة" في دراستنا هذه ، شملت فيما شملت زملاء الدراسة والأصـدقاء منذ المرحلة الثانوية ، وأيضا بعض الأقارب الذين ذكروا أنهم كانوا وراء بدايـة التعـاطي ، ولن نكرر ما سبق أن قلناه في ندوات عديدة بأن لأولادنا حقوقا يجب أن نعطيها لهم . وليست هذه الحقوق في "المصروف الكبير" الذي نلمس هنا أنه قد يكون سببا فـي انحـراف بعـض الشباب ، ولكن في مراقبة نوعية الأصدقاء الذين يختلط بهم الابن أو الابنة ، وفي الاسـتماع إليهم وحسن توجيههم وملاحظتهم ، حتى يبلغوا مبلغ الرجال ، وليكن لنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم منهج في حياتنا باتباع قوله :"اكرموا أولادكم وأحسنوا أدبهم" ، وحين قال :"ما نحل والد ولدا أفضل من أدب حسن" وما قيل كذلك في تأديب الولد :"أدبه سبعا وعلمه سـبعا وصادقه سبعا ثم اترك حبله على غاربه" .

وخطورة "الشلة" ، فالمرء على دين خليله ، تظهر واضحة إذا عرفنا أن حالة واحدة فقط لشاب في العينة هو الذي اشترى المخدر بنفسه للتجربة ، أما بقية الحالات فكانت البداية على شكل "عزومة" أو في صورة سيجارة "محشية" أو قطعة شيكولاته ملغمة ، أو حشيش سرقه زميل لطالب من والده !

وقد ذكر اثنان أن البداية كانت مع زميل في رحلة ، وهنا نطالب بتشديد الرقابة على مثل هذه الرحلات ، فالمسؤولية مشتركة بين الأسرة والمؤسسات التعليمية والنوادي والمسجد ...

وما دمنا نتكلم عن المسؤولية ، فسوف نتناول البدائل التي ذكرت في البحث والتي تشير بأصابع الاتهام تجاه المسؤول :

١ ـ الأسرة

وهي المسؤول الأول عن التنشئة الاجتماعية للفرد حيث ذكرت بعض الحالات أن هناك مشاكل منزلية سببها اختلاف في الرأي مع الوالدين ، وأن المصروف كبير جدا ، وآخر يسرق المخدرات من والده ، ومن يسكن حي الباطنية ، وأصدقاء الأسرة ، والأقارب ... وعدم انتباه أي فرد في الأسرة للآخر ... ويظهر هذا التهاون من قبل الأسرة تجاه الأبناء عند تحليل إجابات المبحوثين ، حيث نجد أن من بين الحالات الواحد والثلاثين ، لم تكتشف الأسرة ذلك إلا في حالة واحدة فقط ... ، وذلك إما لانشغال كل فرد فيها عن الآخر ، أو لعدم معرفة الأسرة بالأعراض ، وهذا ما يجب أن تقوم به وسائل الإعلام تحاول وسائل الإعلام أن تقوم به ، ولكن المهارة مطلوبة هنا .

٢ ـ المؤسسة التعليمية (المدرسة والجامعة)

الرقابة في المؤسسة الثقافية شبه معدومة في الغالب وخصوصا في الجامعة ، والفراغ كبير ، واختلاط "الحابل بالنابل" وأصدقاء السوء ، والدروس الخصوصية ، والرحلات دون رقابة ، وانفصام المؤسسة التعليمية عن الأسرة وعدم تكاملهما في كثير من الأحيان ...

٣ ـ البيئة الاجتماعية

الأب المدمن ، والكوافيره ، وكشك السجائر ، وسهولة الحصول على المخدر بسهولة من مصادر متعددة ؛ فقد ذكرت بعض الحالات أن الحشيش والبرشام وأنواع أخرى يمكن شراؤها داخل الجامعة وحول سورها ، ويؤكد ذلك القبض على عاملة بكلية الآداب وفي حوزتها مخدرات . كذلك وجه طالب يسكن في حي الباطنية اتهاما للحكومة بأنها "لا تحارب المخدرات" ولكنها تسعى فقط وراء المستهلكين . كذلك ظهر في هذا البحث أن سفر الشباب من صغار السن إلى الخارج دون رقابة كان وراء انحراف طالبين في العينة المدروسة هنا .

٤ ـ وسائل الإعلام

أصابع الاتهام امتدت أكثر من مرة في هذا البحث لكي تشير إلى حملات التوعية التي تشنها وسائل الإعلام من حيث إنها شجعت على إقدام بعضهم على هذه التجربة الخائبة ، وهذا ما لمسناه في السنوات الماضية ، ولكن في الندوة ، دافع الدكتور عمر شاهين عن

وسائل الإعلام بأنها قامت بتوعية الجماهير بالمشكلة وخطورتها (زوجته كانت في وظيفة "مدير للرقابة على المصنفات الفنية") ، كما اعترف لنا أحد الأساتذة أنه أصبح يعيش في حالة رعب ويتفحص وجوه أبنائه يوميا ... وهذا قد يشير إلى نجاح وسائل الإعلام في التوعية ، ولكننا نقول إن وسائل الإعلام قد تكون وراء انحراف بعض الأفراد في تعاطيهم للمخدرات . ويؤكد هذه الرؤية ما ذكره الإعلامي محمد وهبي في ندوة عن دور وسائل الإعلام في محاربة المخدرات ، والتي عقدتها "الجمعية المصرية للاتصال من أجل التنمية" يقول إن وسائل الإعلام في ألمانيا قادت حملتين لمحاربة المخدرات في منتصف الستينيات ومنتصف السبعينيات وأظهرت نتائج البحوث هناك أن الإدمان زاد خلال الفترة بين الحملتين .. ، ودعونا نناقش فيلم "العار" الذي يرى المسؤولون أنه يحارب المخدرات .

طوال عرض هذا الفيلم ، والمشاهد يعيش مع أبناء تاجر المخدرات والذين يعيشون في بحبوحة من العيش وحصل ثلاثة منهم على شهادات جامعية فيما عدا واحد فقط كان اليد اليمنى للأب في عمله المشروع الواضح لأفراد الأسرة على أنه تاجر عطارة ، ويساعده أيضا في عمله الذي يتم في الخفاء فهو تاجر للمخدرات . ويموت الأب ، ويطالب الأبناء بحقهم من الميراث ، ويضطر الابن أمين سر الأب أن يصرح لأخويه بالسر الذي كان يخفيه هو والأب عنهم . ولم يصدق هذه القصة الابن الطبيب الذي يعالج مرضى الإدمان ، ولا الابن وكيل النيابة بمواقفه ضد الانحراف والإدمان ، إلا أن أخاهم سر أبيهم وهو أصغرهم سنا وأقلهم تعليما يقنعهم في النهاية بضرورة مساعدته للحصول على شحنة مخدرات كان الأب قبل وفاته قد وضع فيها كل أمواله بل واستدان من البنك . ويذهب الأشقاء الثلاثة إلى الملاحات حيث كان قد تم دفن المخدرات ، لكي يكتشف الجميع ذوبان هذه الشحنة في المياه ، وينتحر وكيل النيابة بطلقة من مسدسه ، ويجن الطبيب ، بعد أن فقد أخاهم الثالث زوجه التي ماتت غرقا أثناء انتشال المخدرات من البحر. وتعاطفنا نحن المشاهدون مع هذه المرأة التي ماتت ضحية جبن الأخ الذي خاف النزول إلى البحر بحثا عن المخدرات ، وتعاطفنا مع زوجها الذي أهانه اخوته وأمه بعدم تصديقهم له ، وكذلك عندما فقد الزوجة ... فهل يكفي المشهد الأخير لكي يقنعنا هذا العمل الفني بخطورة المخدرات ؟

وننتقل الآن إلى السؤال الذي يفرض نفسه وهو : هل الشباب الجامعي الذي يتعاطى المخدرات مقتنع بما يفعله ؟

عشرون حالة من ٣١ غير مقتنعين بالمخدرات ، والجدول التالي يوضح ذلك ، وحيث يشير إلى بعض الآثار التي يتركها المخدر والتي ذكرتها حالات متعددة ، وإن كنا نلاحظ هنا أن العلاج ممكن وإن اختلف نوع هذا العلاج ؛ فهناك من المخدرات أنواع أمكن لبعض الأفراد في عينة البحث أن يقلعوا عنها بسهولة قد ترجع إلى نوع المخدر ذاته وإلى الكمية التي كان الفرد يتعاطاها والفترات التي كانت تفصل بين كل مرة وأخرى ، وهناك أنواع من المخدرات تتطلب علاجا لفترة طويلة . ونقصد بهذه الملحوظة أن نقول للشباب الذي أوقعه الحظ التعس إلى منحدر تعاطي المخدرات أن الوقت لم يفته بعد ، وبشيء من قوة الإرادة يمكنه أن يتخلص من هذه العادة الرذيلة ، وإن كنا نفضل أن يطلب العون من أقرب الناس إليه نفسيا داخل أسرته ، فهم أكثر الناس حفاظا عليه ، أو من أستاذ له يثق فيه ويأنس إليه .

جدول رقم "٥"
يوضح درجة اقتناع عينة البحث بالمخدرات

مسلسل	درجة الاقتناع	العدد
١	امتنع عن تعاطيها نهائيا ومرت الأزمة دون مشاكل	٤
٢	امتنع تماما لاقتناعه بعدم نفعها	٣
٣	لا يدمن ولكنه يتعاطاها "على خفيف"	٣
٤	امتنع عنها بسبب وفاة أحد أصدقائه أمامه أثناء تعاطيه المخدر (هذا الصديق كان ضابط شرطة)	١
٥	أحس أنه انطوائي وقرر الإقلاع	١
٦	غير مقتنع إطلاقا بالمخدرات	١
٧	لا يوجد سبب مقنع للإدمان	١
٨	مقتنع بأنه غير مفيد ويمكن التخلص من هذه العادة بالابتعاد عن "الشلة"	١
٩	يحاول أن يمارس اليوجا للتخلص منها	١
١٠	غير مقتنع بها ولكن خارج إرادته	١
١١	يلغي التفكير	١
١٢	شيء ممل فالفرد لا يستطيع السيطرة على انفعالاته	١
١	اكتشف الأهل حالته وتحت العلاج	١
	المجموع	٢٠

والجدول التالي يوضح الأسلوب الذي سلكه بعض المبحوثين في طريق العلاج من المخدرات .

	الأسلوب	نوع المخدر
١	بدأت أعالج نفسي من شهرين وعزلت نفسي عن الناس في غرفتي ثلاثة أيام ثم بدأت أخرج بعدها	حقن ستيدول
٢	قررت كثيرا أن أقلع ولكن كنت أعود ، وبدأت الآن في العلاج الذي سيأخذ فترة بالإضافة إلى التغيرات الذهنية والجسمية	حشيش وهيروين وكوكايين
٣	أقلعت عنه بدون مشاكل وامتنعت نهائيا عن تعاطيه	حشيش
٤	امتنعت من حوالي سنة ونصف	حشيش
٥	امتنعت من حوالي ثلاث سنين	حشيش
٦	امتنعت من حوالي سنتين	ماريجوانا وLSD
٧	توقفت عن التعاطي	حشيش
٨	امتنعت الآن نهائيا	حشيش
٩	في طور العلاج الآن (١٧ سنة)	كل شيء ثم هيروين
١٠	اكتشف أهله الحالة وعولج منها	هيروين وحشيش وماكستنفورت وLSD
١١	بدأت العلاج الآن	حشيش وبرشام
١٢	أعتمد على اليوجا الآن كعلاج طبيعي	حشيش وحبوب
١٣	هذا شيء يخص المراهقين وقد أقلعت تماما	حشيش

جدول رقم "٥"
أساليب العلاج من الإدمان

وبعد ، فقد كان هذا البحث الذي قمنا به عام ١٩٨٥م والذي قوبلت نتائجه بصدمة عنيفة من كثير من المسؤولين ممن حضروا الندوة التي عقدتها الجمعية المصرية للاتصال من أجل التنمية عن دور وسائل الإعلام في محاربة المخدرات ، والذين لم يصدقوا إمكانية وقوع الشباب الجامعي في براثن هذه الرذيلة ، كان هذا البحث الاستطلاعي بداية الإحساس بهذه المشكلة التي اكتشفت بعد ذلك ، وتم القبض بالفعل على "كوافيره" في شارع الهرم ، وعاملة مسؤولة عن غرفة الطالبات في كلية الآداب ، ومنادي للسيارات بالقرب من سور الجامعة ، ومروجة مخدرات في "كافيتريا" الجامعة ..

وختاما ، نرجو من الله جل وعلا أن يجنبنا جميعا شر البلية ، وندعوه سبحانه وتعالى أن يرفع غضبه عمن أصابه الضر ، إنه نعم المولى السميع مجيب الدعوات .

ملحق رقم "٤"

تعرض الأطفال لوسائل الإعلام في دول متقدمة

ركزت آخر تقارير يونسكو والذي صدر عام ١٩٩٩م[٢] على ملكية وسائل الإعـلام بالنسبة للأطفال في الفئة السنية ١٢ـ١٣ سنة في بعض دول صناعية ، من حيث الوقت الذي يقضونه مع وسائل للإعلام مطبوعة وإليكترونية ، الكتاب وألعاب الفيديو والحاسب الآلي والإنترنت ، ومدى ملكيتهم الشخصية لهذه الوسائل والتي تتحدد هنا بوجودها في الغرفة المخصصة للأطفال .ووفقا لنتائج البحوث التي نشرت في تقرير يونسكو ، نستطيع أن نجزم بأن بعض وسائل الإعلام انتشرت بين الأطفال وأصبحت لهم أجهزتهم الخاصة بهم وكتبهم الخاصة بهم والتي توجد في غرفهم الخاصة .

فمن خلال البحث ، ظهر أن الوسائل الإليكترونية ، بل والكتاب وهذا هو المثير ، قد أصبحت وسائل شخصية للأطفال في عدد من الدول التي خضعت للدراسة ، كما وصلت نسبة حيازة التليفزيون والكتب في بعض هذه الدول المدروسة إلى ١٠٠% ، ونعتقد بأن هذه النتيجة يمكن أن نجد مشابها لها بالنسبة لبعض الدول العربية خصوصا دول البترول الغنية .

فمن بيانات الجدول المرفق ، يتضح أن ملكية التليفزيون في العينات المدروسة تصل إلى ١٠٠% في كل من ألمانيا وهولندا ، و٩٩ % في إنجلترا ... وكانت سويسرا أقل هذه الدول حيازة للتليفزيون (٩٢%) . وملاحظة أخرى نخرج بها من هذا الجدول وهو أن ألمانيا والتي تأتي في قمة الدول بالنسبة لانتشار التليفزيون في منازلها ، تتأخر بالنسبة للكتب عن هولندا وبلجيكا وفرنسا والدنمارك وإسبانيا ، وكذلك تتأخر إنجلترا في ترتيب الدول بالنسبة للكتب .

وقد ركز الباحثون في دراساتهم هذه على الأطفال في الفئة السنية ١٢ـ١٣ سنة ، لأنهم يرونها فئة الوسط بين الفئات ٦ـ٧ ، و ٩ـ١٠ ، و ١٥ ـ١٦ واعتبروا الفئة ١٢ـ١٣ ممثلة لكل الفئات السنية بالنسبة لأطفال العينة .

وبالرغم من انتشار التليفزيون لدى الأسر بنسب متقاربة في العينة ، إلا أن الحيازة الشخصية للتليفزيون بالنسبة للأطفال تتفاوت من دولة لأخرى ؛ فبينما تصل هذه الحيازة الشخصية للتليفزيون بالنسبة للأطفال في الدنمارك إلى ٧٧% نجدها لا تتعدى ١٥% في سويسرا ، وتزيد هذه النسبة قليلا في فرنسا لكي تصبح ٣٠% . كذلك تتفاوت النسب فيما يتعلق بالكتاب بالنسبة للأطفال حيث نرى من الجدول أن حيازة الأطفال للكتاب ـ أي في غرفهم الخاصة بهم ـ تصل بالنسبة لفرنسا إلى ٩٤% بينما هي ٦٤% بالنسبة لإنجلترا ، و ٧٤% لكل من إيطاليا وإسرائيل .

وبصفة عامة ، تقل حيازة الأطفال لألعاب الفيديو عن حيازتهم لجهاز تليفزيون خاص بهم فيما عدا الأطفال في فرنسا ، والأطفال في إسبانيا ، وفي سويسرا ، ولكنهم على

(٢) M. TAWFIK (Sous la direction de) . – Rapport mondial sur la communication et l'information: 1999-2000 (Ouvrage Collectif) . Ed. G. BATAGNON & Y. COURRIER avec l'assistance de A. CLAYSON . UNESCO > Paris , 1999 .

كل الأحوال لم يحققوا في حيازتهم للتليفزيون نسبة ٥٠% وذلك في أي من هذه الدول ، بينما بالنسبة لدول أخرى ، فإن التليفزيون قد تخطت ملكية الأطفال الخاصة لـه نسـبة ٥٠% وإن كان بارتفاع طفيف في كل من إنجلترا ٦٩% ، والدنمارك ٧٢% ، وإيطاليا ٥٢% .

والبيانات التي يقدمها الجدول المرفق تشير أيضا إلى فروق واضـحة بـين حيـازة الأطفال لجهاز تليفزيون وحيازتهم لجهاز كمبيوتر ، فيما عدا الأطفال في إسرائيل ، والـذين وصلت نسبة حيازتهم لجهاز كمبيوتر إلى ٣٢% ، وهو ينتشـر لـدى ٥٧% مـن الأسـر الإسرائيلية ، بينما لا يتوافر هذا الجهاز بالنسبة للأطفال في إنجلترا إلا بنسـبة ٦% وبنسـبة ٣% فقط في هولندا ، إلا أن إسرائيل تأتي في المرتبة الثالثة بالنسبة للمنازل المـزودة بهـذا الحاسب الآلي في هذه المجموعة من الدول المتقدمة .

والإنترنت ، أحدث أجهزة الاتصال على مستوى العالم ، لم تظهر ملكيتها بوضـوح في هذه المجموعة من الدول إلا في إسرائيل ونخص هنا الحيازة الشخصـية للأطفـال لهـذه التقنية . ولكن بلجيكا تسبقها هنا بخصوص نسبة عدد البيوت التي أدخلت الإنترنـت فيهـا ، وفي بلجيكا حوالي نصف المنازل تمتلك إنترنت ، وبعدها تأتي إسرائيل والدول الاسـكندنافية بنسبة ١ : ٣ .

جدول رقم "١"

تعرض الطفل لوسائل الإعلام في دول متقدمة (١)

الدولة	[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]	
	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %	[illegible] %
	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
ألمانيا	٩٥	٨٨	١٠٠	٤٨	٣٩	٢٤	٤٤	١٨	١٠٠	١
بلجيكا	٩٩	٨٩	٩٧	٣٠	٦٩	٢٢	٦٣	١٢	٤٩	٤
الدانمارك	٩٦	٨٣	٩٨	٧٢	٣٨	٢٤	٦١	١٩	٢٧	٥
إسبانيا	٩٦	٨٩	٩٦	٣٧	٦٢	٤٢	٤١	١٣	١١	٤
فنلندا	٩٣	٨٨	٩٥	٤٢	٤٧	٢٢	٥٤	١٨	٣١	٨
فرنسا	٩٨	٩٤	٩٨	٣٠	٦٥	٣٥	٣١	٨	١٢	٤
إسرائيل	٩٠	٧٤	٩٤	٤٤	٤٢	٢١	٥٧	٣٢	٣٤	١٨
إيطاليا	٩٠	٧٤	٩٥	٥٢	٥٣	٣٤	٣٧	٢٣	١١	٥
هولندا	١٠٠	٩٦	١٠٠	٣٩	٥٨	٢٣	٤٧	٣	١٥	٠
إنجلترا	٨٤	٦٤	٩٩	٦٩	٦٤	٤٢	٢٨	٦	٨	١
السويد	٩٣	٨٩	٩٤	٥١	٦٩	٤١	٥٢	١٦	٣٣	٨
سويسرا	٩٥	٨٨	٩٢	١٥	٤٥	١٨	٤٨	١١	١٨	٢

(١) TAWFIK, *OP.CIT.*

وفي هذا البحث ، توجد بعض دلائل تشير إلى علاقة قائمة بين مشاهدة التليفزيون والقراءة في وقت الفراغ . فقد أفصح البحث عن أن الأطفال في سويسرا يقضون وقتا أقل في مشاهدة التليفزيون وبالتالي فإنهم يقضون وقتا أطول في القراءة . والعكس من ذلك بالنسبة للأطفال في إنجلترا والدانمارك ، الذين يشاهدون التليفزيون كثيرا ويمضون وقتا قليلا في القراءة . ولكن الصغار في فنلندا يوازنون بين مشاهدة التليفزيون كثيرا والقراءة كثيرا ، بينما يخصص الأطفال في السويد وقتا محدودا لمشاهدة التليفزيون ووقتا أقل في القراءة . ومن المفارقات هنا أن إنجلترا ، وهي الدولة التي أشار البحث أن بها أقل نسبة من الكتب في البيت وفي غرف الأطفال ، هي الدولة التي بها أكبر نسبة من أجهزة التليفزيون أكثر من انتشار الكتب سواء في البيت بصفة عامة أو في غرف الأطفال ، فالأطفال الذين في حوزتهم أجهزة تليفزيون خاصة بهم أكثر من الأطفال الذين لديهم كتب تخصهم .

والأطفال في إسرائيل ترتفع لديهم نسبة حيازة أجهزة حاسبات إليكترونية مزودة بالشبكة المعلوماتية ، إنترنت ، إلى ٣٢% ، وهي أعلى نسبة بين مجموعة الدول المدروسة ، وقد أظهر البحث أنهم يكرسون وقتا أكبر من غيرهم في الاستخدام الذكي لهذه الوسائل الحديثة ، ثم يأتي الأطفال الإيطاليون بنسبة ٢٣% لمن لديهم حاسبات آلية مزودة باسطوانة مدمجة لزوم استخدام شبكة الإنترنت .

ملحق رقم "٥"
التليفزيون وثقافة الجريمة بالنسبة للطفل
(إجابات تلاميذ الإعدادي على سؤال "سرقة البنك"[٣])

فيما يلي إجابات تلاميذ في المرحلة الإعدادية على سؤال فذ طرحه عليهم مدرس اللغة العربية ، ويذكرنا هذا السؤال غير التقليدي بأستاذة مادة الرسم في المرحلة الثانوية والتي جمعتنا في فناء المدرسة ، وجمعت بعض الصحف القديمة وكل شئ في المدرسة من مواد مستهلكة وقابلة للحرق ، وأشعلت النيران في كل ما صادفته من مهملات في المدرسة ونحن نتابعها ولم نفهم ماذا تفعل بالضبط . وعندما تصاعد اللهب ، وارتفعت النيران ، طلبت منا أن يصور كل منا انطباعه عن النار في كراسة الرسم . واختلفت رسومنا ، فكل منا انطلق من خلفيته الثقافية والدينية ... ، وربما كان أسلوب الأستاذة فاطمة في حصة الرسم تلك ، والتي لم تتكرر ، قد عاشت في وجداننا أكثر من٤٠ سنة ، حتى خرجت من المخزون الفكري لنا ، وكانت النتيجة عدد من البحوث أجريناها على الأطفال في مصر والسعودية تركنا فيها للطفل حرية التعبير عن أي موضوع يريده ، ويجد القارئ المهتم عناوين هذه البحوث في قائمة إنتاجنا في نهاية هذا الكتاب .

فقد أثير موضوع هذا المدرس الذي وضع هذا السؤال في الصحف خصوصا وقد أحيل للتحقيق فقد رأى المسؤولون أنه قد ارتكب جريمة ! ونحن ، بالعكس ، نشكر هذا الأستاذ الفاضل الذي نبهنا إلى موضوع خطير لم يدرس من قبل ألا وهو : **وسائل الإعلام وثقافة الجريمة** ، خصوصا على النشء ، فقد درسنا تأثير هذه الوسائل على لغة الأطفال من جوانب مختلفة ولم ننتبه للغة الجريمة بمفرداتها المختلفة والتي قد تكون قد دخلت في القاموس اللغوي للطفل ، بل والأفدح من ذلك ، كيفية التخطيط للجريمة ... نعم لابد من دراسة ثقافة الجريمة لدى الطفل ، وأطرح هذا الموضوع لباحث جاد متعدد الثقافات . وفيما يلي ما نشرته الأهرام في التحقيق الذي تناول موضوع هذا المدرس غير التقليدي الذي يجب أن نشكره ، كما نتوجه بالشكر أيضا لهذا الصحافي الذي لم يهمه أخطأ المدرس أم لا ، ولكنه من وجهة نظرنا قد أثبت أنه إعلامي وباحث منقب بالدرجة الأولى .

تحت عناوين مثيرة نشرت جريدة الأهرام تحليلها لهذا الخبر على النحو التالي :
- **خطط مروعة للقتل والسلب والنهب**
- **السطو على بنك والهرب لأمريكا**

ويقول الكاتب : *السؤال الخطير الذي لم يجد من يطرحه عندما أثيرت قضية سؤال تلاميذ الإعدادية عن خططك لسرقة بنك هو : ماذا قال التلاميذ وكيف أجابوا على السؤال؟*

على طريقة سرقة بنك ، قرر طالب إعدادي في الرابعة عشرة من العمر من أسرة كريمة شن هجوما مسلحا على بنك وقتل حراس وموظفين لسرقة أكبر كمية من النقود .. وذلك من أجل ٥ درجات فقط في امتحان الفصل الدراسي (التيرم) الأول .

---

(٣) تحقيق احمد مصطفى العملة : الأهرام ١٠ مارس ٢٠٠١م

لم يكن الطالب ولنقل إن اسمه هشام ، هو وحده الذي قرر السطو على بنك فقد كان معه نحو مائتي بنت وولد في نفس عمره وضعوا خططا مماثلة لسرقة بنوك ومنازل ومتاجر ومجوهرات وآثار نفيسة .

ولم يكن أمام هذه المجموعة من طلبة مدرسة إعدادية خاصة إلا أن يضعوا مثل تلك الخطط الرهيبة للإجابة على سؤال في امتحان اللغة الإنجليزية مستوى رفيع للصف الثاني الإعدادي .

السؤال طلب من التلاميذ أن يتخيلوا أنهم لصوص مسلحون يعتزمون سرقة بنك فما هي خططهم وأدواتهم المستخدمة .

وكان على طلاب نحو ثمانية فصول دراسية للبنين والبنات موزعين على مدرستين الإجابة على السؤال لكتابة موضوع إنشاء الهدف منه أساسا كما تقول مصادر تربوية هو اختبار مدى قدرة الأطفال (١٤ سنة من أبناء الشريحة العليا في الطبقة المتوسطة متوسط المصاريف الدراسية قد تصل إلى ٣٥٠٠ جنيه) على الكتابة باللغة الإنجليزية في موضوعات متنوعة وإتاحة فرصة التعبير الحر أمامهم .

فقامت الدنيا ولم تقعد واشتعلت النار بين الجهات الرسمية المعنية وبين المدرسة من ناحية ، وبين المعلمة التي وضعت السؤال وإدارة المدرسة ، وسقط الجميع في أتون حرب شعواء بسبب سؤال "الحرامي" .

ولم يلتفت أحد إلى نقطة قد تبدو غريبة بعض الشيء لكن قد يكون لها أهميتها ، وهي تحديدا إجابات فتيان وفتيات في نحو الرابعة عشرة من العمر من أبناء الشريحة العليا في الطبقة المتوسطة بحساب متوسط المصاريف الدراسية التي قد تصل إلى نحو ٣٥٠٠ جنيه للطالب الواحد ، على السؤال الملغوم .

فقد تنطوي تلك الإجابات على مؤشرات ربما تدل بطريقة أو بأخرى على أنماط التفكير السائدة بين عينة من جيل كامل سيمثل القوة الضاربة للمجتمع بعد عدة سنوات .

وفيما يلي مضمون بعض الإجابات كما جاءت على لسان أصحابها

فتاة : راجية

كونت عصابة مع أولاد عمتي لبسنا قفازات ودخلنا البنك من فتحات التكييف كان معنا مسدسات كاتمة للصوت أغلقنا أجهزة الإنذار بدأنا سريعا عملية السرقة الفلوس كانت كثيرة جدا طبعا كنا فرحانين لكن خايفين خالص المهم إننا خرجنا بسرعة بعد السرقة

ولد : هاني

وضعت خطة كويسة لسرقة منزل بعد مراقبته جيدا وانتظرت ليلا حتى سافر أصحاب المنزل وتسللت من النافذة سرقت تليفزيونا وفلوسا وشوية أجهزة ثم هربت لكن مفيش حرامي ممكن يهرب من البوليس فقد قبضوا علي

ولد : محيي

قررت أسرق أبحاث عالم أمريكي بارز علشان أستغلها في خدمة مصر يعني علشان مصلحتنا لكن فكرت في الأمر واكتشفت إنه من الأفضل لو ذاكرت ونجحت وأصبحت شاطرا ومتفوقا مثل هذا العالم وبالتالي يمكن أن أخدم بلدي

بنت : هانية

الساعة الواحدة بعد منتصف الليل بدأنا التحرك هي وعصابتها المكونة من ٣ أفراد لزوم السرية والتحوط . وصلنا البنك الساعة ١,٣٠ وضعنا مخدرا للحراس فناموا فدخلنا بسهولة

ثم سرقنا وهربنا لكن في الآخر قبض علينا البوليس كل واحد أخذ جزاءه .. وبصراحة كده السرقة حرام

ولد : تامر

سرقت بنكا وأخذت الفلوس وهربت إلى أمريكا زي مابيعملوا ثم فتحت بالفلوس مصنع عربيات ولكن بصراحة أنا إنسان كويس ومش ممكن أفكر أسرق أبدا

ولد : محسن

كونت عصابة من ٥ أفراد واحد في السيارة المكدسة بالأسلحة وواحد يتعامل مع الأمن لصرف الأنظار عنا والباقي ينفذون عملية اقتحام البنك سرقنا هربنا من الباب الخلفي بعدما انضم إلينا زميلنا الذي كان "يشاغل" حراس الأمن لكننا اضطررنا لضرب الحراس الذين ظهروا أمامنا فجأة

ولد : عمر

وضعت خطة رهيبة لسرقة فيروس نادر من أحد المعامل يمكن استخدامه في نشر عدوى الإصابة بمرض خطير على نطاق واسع وسرقته فعلا ثم قمت ببيعه لعصابة دولية

ولد : وائل

قررت سرقة بنك درست الموقع جيدا ثم نفذت العملية لكن أثناء خروجي فوجئت بالشرطة وحاصروني تماما فقررت الانتحار هربا من الفضيحة

أجهزة إنذار

بنت : سامية

بصراحة السؤال لم يعجبني لأنه بيعلمنا حاجات غلط لكني كتبت : كنا عصابة من عدة أفراد ارتدينا قفازات معانا حقائب لوضع الفلوس أول ما عملناه عطلنا أجهزة الإنذار والكاميرات المراقبة في البنك دخلنا لمكان الخزائن ثم سرقنا الفلوس مش بس كده لكني رأيت ملفات فيها شيكات وبعضها خاص بحسابات عملاء سرقتها برضه وأخذت أيضا تليفزيونا وفي النهاية كتبت إنني لا أحب أن أكون حرامية

ولد : عادل

قررت أنا والعصابة القيام بهجوم مسلح على بنك اخترنا أن يكون موقعه بعيدا جدا عن أقسام الشرطة . وبدأت العملية بقطع الكهرباء وخطوط التليفونات . خدرنا الأمن قتلنا آخرين كان معنا أنبوبة لحام أكسوجين لفتح الخزائن وبالفعل نجحنا في تنفيذ العملية ثم هربنا إلى المطار حيث كنا حاجزين تذاكر سفر إلى الخارج

ولد : شريف

أنا شخصيا قررت سرقة تاج أثري ثمين جدا علشان أبيعه ب ٥٠ مليون جنيه لتاجر آثار وعملتها فعلا

بنت : سعاد

أنا بصراحة كنت عايزة أسرق مراكب الشمس لكن بعدما وضعت الخطة قلت لا حرام ده تراث بلدي ولازم أحكيه

ليلى علوي وجرائم الطفل

بنت : زينة

السؤال ده بصراحة بيفتح مخنا على إزاي نسرق لكن عموما أنا وضعت خطة رأيتها في فيلم لليلى علوي وكان معانا أسلحة هاجمنا بها البنك وقتلنا شوية ناس هناك وبس

ولد : طارق

احنا عملنا عصابة من ٥ إلى ٨ أفراد تحركنا إلى البنك ليلا اثنان وقفا على الباب للحماية والباقي دخلوا كي ينفذوا العملية السرقة كانت معانا عربية سرقناها للتمويه وهربنا بها من الموقع ثم سافرنا خارج مصر لكن أكيد اتقبض علينا جميعا لأن السرقة حرام

ولد : علي

حاولت أن أصبح نشالا أسرق الفلوس من جيوب الناس لكن لقيت دي حاجة وحشة ومؤذية جدا . افرض اللى أنا سرقته محتاج الفلوس يشتري بها علاجا أو يجيب حاجة ضرورية لذلك قررت التوبة

ولد : شادي

زي ما عادل امام وأحمد مظهر في فيلم لصوص لكن ظرفاء احنا كمان دخلنا شقة أصحابها مسافرين وفتحنا الأرضية ثم نزلنا على محل مجوهرات تحتها وسرقنا المجوهرات لكن واحنا خارجين وجدنا الشرطة أمامنا

ولد : وليد

عملنا عصابة من ٥ أفراد توجهت معهم إلى بنك هاجمنا "السيكوريتي" ضربناهم تركت واحدا من أفراد العصابة "ناضورجي" على الباب كان معي حرامي خزنات فتحناها ثم هربنا

يتضح مما سبق أن عادل وسعاد لم يعدا يلعبان الكرة في الحديقة أو يأكلا الفول كما كانا يفعلان منذ زمن فالأمور صارت أكثر تعقيدا وجرت مياه كثيرة أسفل الجسور

لكن وإن كان أقرانهما من تلاميذ مدرسة سؤال السطو يدركون جيدا كما هو واضح الفرق بين الحلال والحرام ، فإن ثمة ثقافة إجرامية حاضرة في أذهانهم مستمدة من مصادر كثيرة في مقدمتها الأفلام والمسلسلات التليفزيونية وهي في كل الأحوال مصدر خطر لأنها قد تؤثر بطريقة أو بأخرى على الأطفال في لحظة ما من حياتهم

يكفي أن أحدهم تضمنت خطته سرقة بنك على طريقة عملية عصابة المراغة الرهيبة

حتى بعض الأمهات وإن امتعضن من السؤال والمغزى السلبي له ، إلا أن إحداهن قالت : انظر موضوع الإنشاء تحديدا يمثل فرصة جيدة أمام الأولاد للتعبير عما يدور في أذهانهم وعقولهم وهو أيضا فرصة جيدة للقائمين على العملية التعليمية وأولياء الأمور لمعرفة كيف يفكر أبناؤهم

لكن يبقى في النهاية أن السؤال حتى ولو كان ضمن منهج درسي أو بغرض التعرف على القدرات اللغوية عند التلاميذ ينزع عن الجريمة طابعها السلبي ويجعلها تبدو كنشاط "نساني عادي يمارسه الإنسان بصورة طبيعية ، وهي مسألة شديدة الحساسية والخطورة أيضا ، ويتأكد ذلك أكثر عندما تعرف أن الدرجة الكاملة للسؤال هي ٥ درجات منها درجتان على الفكرة أو الخطة بمعنى أصح والباقي عبارة عن درجة على الهجاء وأخرى على القواعد اللغوية وثالثة على الخط

المراجع

أولا ــ مراجع باللغة العربية

ــ إبراهيم إمام . ــ **الإعلام الإذاعي والتليفزيون** . دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٩م .

ــ "بحوث تحليل المضمون وتطبيقاته في الإعلام" **مجلة الفن الإذاعي** ، القاهرة ، أبريل ١٩٧٤م .

ــ **الإعلام والاتصال بالجماهير** . مكتبة الأنجلو ، القاهرة ، ١٩٦٩م .

ــ أحمد الخشاب ومحمد طلعت عيسى . ــ **علم الاجتماع : أصوله ومفاهيمه** . مكتبة القاهرة الحديثة ، الطبعة الأولى ، ١٩٦٣م .

ــ أحمد الخشاب وآخرون . ــ **مبادئ علم الاجتماع** . (ط٢) مكتبة مصر ، ١٩٥٥م .

ــ جانيت وولف (ترجمة ومراجعة ماري تريز عبد المسيح وخالد حسن) . ــ **الجمالية وعلم اجتماع الفن** . المجلس الأعلى للثقافة ، ٢٠٠١م .

ــ جيهان رشتي . ــ **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** . دار الفكر العربي ، ١٩٧٥م .

ــ فهد بن عبد الله الطياش . ــ **الإعلام العربي الأمريكي : دراسة في إعلام الأقليات العرقية في الولايات المتحدة** . الطبعة الأولى ، هاجن لخدمات الطباعة الحديثة ، الرياض١٩٩٣م.

ــ محمد سعد أحمد إبراهيم . ــ "الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال" ص ١٧٩ ــ ١٩٥ في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** . العدد الرابع ، أكتوبر ــ ديسمبر ٢٠٠٠م.

ــ محمد منير سعد الدين . ــ **دراسات في التربية الإعلامية** . سلسلة في الكتاب التربوي الإسلامي . المكتبة العصرية ، صيدا ١٩٩٥م .

ــ نيقولا تيماشيف (ترجمة محمود عودة وآخرين) . ــ **نظرية علم الاجتماع : طبيعتها وتطورها** . دار المعارف بمصر . الطبعة الثانية ، ١٩٧٢م .

ــ ولبور شرام وآخرون (ترجمة زكريا سيد حسن) . ــ **التليفزيون وأثره في حياة أطفالنا** . الدار المصرية للتأليف والترجمة . القاهرة (بدون تاريخ) .

ــ الإحصائيات الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء .

ــ الإحصائيات الصادرة عن يونسكو .

ــ الكتاب السنوي ٩٨ــ١٩٩٩م الصادر عن اتحاد الإذاعة والتليفزيون بالقاهرة .

ــ الكتاب السنوي ٢٠٠١ــ٢٠٠٢م الصادر عن اتحاد الإذاعة والتليفزيون .

ــ الخطة الإعلامية العامة ٢٠٠٠ــ٢٠٠١م ، الصادرة عن الاتحاد أيضا .

ــ رسائل ماجستير ودكتوراه .

ــ المصادر والمراجع التي استعنا بها في إنتاجنا السابق .

ــ دوريات علمية وصحف ومجلات عربية وأجنبية .

ثانيا ــ كتب ومقـالات ودوريات بلغات أجنبية

- AGEE, Warreen K. , AULT, Phillip H.& EMERY , E. - **Introduction to Mass Communication** . 7th Edition , Harper & Row Publishers . New York , 1982 .
- ALMASY , Paul. - "Le choix et la lecture de l'image d'information" , *in* : **Communication et languages 22** , 1974.
- **L'annuaire statistique de l'UNESCO** , Paris , 1981.
- LATAPIE, Audiger F. - **Télévision et communication aux Etats Unis.** P.U.F. collection SUP , Paris , 1976.

- **L'avenir de l'actualité, les histoires de l'année,** Libération Gamma . Paris , Numéro Hors-Série, Décembre 1982.
- BALIMA , Théophile-Serge. – **La radiodiffusion en Haute-Volta.** Thèse de 3e Cycle , UPTEC , Bordeaux III , Janvier 1980.
- BALLE , Francis & BADIOLEAU , Jean J. (Préface de CAZENEUVE , Jean.) - **Sociologie de l'information.** Texte fondamentaux. Larousse Université , Collection Sciences Humaines et Sociales , Paris , 1973.
- BARGHOUTI , S.M. – "The Role of Communication in Jordan's Rural Developments" , *in* : **Journalism Quarterly** 51 , 1974.
- BATICLE , Y. - **Message, media, communication, de Lascaux à l'ordinateur.** Magnard Université , Paris , 1973.
- BERELSON , Bernard , LAZARSFELD , P. & Mc FEE W. - **Voting : A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign.** University of Chicago Press, 1954 .
- BERGEL , E.E. - **Urban Sociology.** The Mac Graw Hill Book Co. , Inc. , New York , 1955.
- BERGER , René. – **La télévision. Alerte à la television.** Casterman , Belgique , 1976.
- BERLO , David. – **The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice.** Holt , Rinehart and Winton , New York , 1963.
- BERTRAND , Jean-Claude . – **Les mass media aux Etas Unis.** PUF , Collection. Que sais-je ? Paris 1974.
- BOGARD , Leo. – "The Growth of Television" , *in* : SCHRAMM , **Wilbur. – Mass Communication.** University of Illinois Press , Second Edition , 1960.
- BOMBARDIER , Denise. – **La voix de la France.** Robert Laffont , S.A. , Paris , 1976.

  Id. – **Le traîtement de la politique étrangère dans les journaux télévisés de L'ORTF.** Thèse de 3e cycle , Université de Paris II , 1973.
- BOURGES , H. – **Décoloniser l'information.** Cana , Paris , 1978.
- BOYER , Patrick. – **Les journalistes sont-ils des assasins ?** Hachette-littérature, Paris , 1980.
- BURGELIN , Oliver. – **La communication de masse.** Collection encyclopédique : Le point de la question publiée par la S.G.P.G. , Paris , 1970.
- MACBRIDE , Sean. – **Voix multiples , un seul monde. Communication et société , aujourd'hui et demain.** Rapport collectif. Documentation française. Nouvelles éditions africaines , UNESCO , Paris , 1980.
- CAYROL , Roland. – **La presse écrite et audiovisuelle.** PUF. Collection: Sciences politiques , 1ère edition , Paris , 1973.
- CAZENEUVE , Jean. – **L'homme téléspectateur.** Denoël-Gonthier , Paris , 1974.
- CAZENEUVE, Jean. – Sociologie de la radio-télévision. PUF. Collection: Que sais-je ? , Paris, 1974.

  Id. – **La société de l'ubiquité: communication et diffusion.** Denoël-Gonthier , Paris , 1972.

  Id. – **Les pouvoirs de la télévision.** Gallimard. Collection : Idées , Paris , 1970.

Id. - **Sociologie de Marcel MAUSS.** PUF. Collection : Le sociologue , Paris , 1968.
- CLAUDE , R. & GRITTI , J. - **Les chemins de la télévision.** Casterman, Belgique, 1969.
- CLOUTIER , Jean. - "L'audio-visuel remis en question", *in* : **Communication et languages 41-42,** 1er trimestre 1979, p. 39-51.

Id. - **La communication audio scripto visuelle à l'heure des self media.** Les presses de l'université de Montréal , 1973.
- CORBEAU , Jean-Pierre. - **L'impact de certains canaux de communication de masse sur la vie quotidienne d'une population urbaine.** Thèse de 3e Cycle , Université française Rabelais , Tours , UER des Sciences de l'Homme , 1972.
- COT , Jean-Pierre & MOUNIER , Jean-Pierre. - **Pour une sociologie politique.** Deux tômes. Collection : Politique , Seuil , Paris , 1974.
- DELRUELLE , Nicole. VOSSWINKEL. - Télévision et famille en milieu urbain", *in* : **Etudes de radio- television , R.T.B. 13** , Bruxelles.
- DESCAVES , Pierre & MARTIN , A.V.J. - **Un siècle de radio et télévision. ORTF et les producteurs de Paris** , 1965.
- DUMAZEDIER , J. - **Sociologie empirique du loisir.** Seuil , Paris, 1974.
- DURKHEIM , Emile. - **Les règles de la méthode sociologique.** 10e édition, 1947.
- DUVIGNAUD , Jean (études réunies par) & *als.* - Sociologie **de la connaissance.** Payot , Paris , 1979.
- EISERMANN, Gunter. - "Fondements d'une sociologie de la connaissance empirico-systématique", *in* : DUVIGNAUD , Jean. - **Sociologie de la connaissance** , Paris , 1979 , p. 85 - 111.
- ESCARPIT , Robert. - **L'écrit et la communication.** PUF , Paris , 1973.

Id. - **La théorie de l'information et pratique politique.** Seuil , Paris , 1981.

Id. - **Théorie générale de l'information et de la communication.** Hachette Université , Paris , 1976.
- FELICIANO , Gloria D. - "Communication and Development in Southeast Asia 1964-1974", in : SCHRAMM , Wilbur & LERNER , Daniel (ed.) **Communication and Change : The last Ten Years and the Next.** The University of Hawaii , U.S.A , 1976 , p. 191 - 201.
- FESTINGER , Leon. - **A Theory of Cognitive Dissonance** . Evanston , Illinois, Row , Peterson . New York , 1957 .
- FOLLIET , Joseph. - **L'information moderne et le droit à l'information.** Chronique Sociale de France. La diffusion Gamma , Paris , 1969.
- FOUCHER , Louis. - "Le rôle culturel de la radiodiffusion sonore et de la télévision", *in* : DESCAVES , P. & MARTIN , A.V.J. - **Un siècle de radio et de télévision.** Paris , 1965.
- GAILLARD , Philippe. - **Technique du journalisme.** PUF. Collection : Que sais- je ? 2e edition , 1957.
- GALBRAITH , T.K. - "The Causes of Poverty: A Classification", *in*: MACK, A., PLANT , D. , DOYLE , U. - **Imperialism Intervention and Development.** Croom Helm , London , 1979.

- GAUTIER , G. , PILARD , Ph. - **Télévision passive, télévision active**. Téma , Paris , 1972.
- GERIN , Elisabeth. - **Télévision notre amie**. Centurion , Paris , 1961.
- GOLTHORPE , J.E. - **The Sociology of the Third-World, Dipsarity and Involvement**. Cambridge Univerisity Press , London , 1975.
- GRYSPEERDT , Axel. - **Télévision et participation à la culture**. Vie Ouvrière , Bruxelles , 1972.
- GUERNIER , Maurice. - **Tiers-Monde : Trois quarts du monde**. Bordas. Dossier/Demain. Rapport du Club de Rome , 1980.
- GUILLARD , Jean. - **Information et développement en Afrique noire francophone**. Thèse pour le Doctorat de Spécialité en Sciences Economiques. Université de Paris I , Panthéon-Sorbonne , 1974.
- HALLORAN , J.D. & ELLIOT , P.R.C. - **La télévision pour l'enfance et la jeunesse**. Revue de l'UER , Suisse , 1970.
- HARABUYASHI , G.K. & EL KHATIB , M.F. - "Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt" , *in* : **Public Opinion Quarterly 22, 1958,** p. 357 - 363.
- HIDETOSHI , Koto. - "Global Instaneousness and Instant Globalism: The Signification of Popular Culture in Developing Countries", *in* : SCHRAMM & LERNER (ed.) - **Communication and Change** , 1976.
- HIMMELWEIT , Hilda T. , OPENHEIM , A.N. & VINCE , Pamela. - **Television and Child**. Oxford University Press , London and New York , 1958.
- HOGGART , Richard. - **La culture du pauvre : le sens commun**. Minuit , Paris, 1970 by CHATTO & WINDUS. Traduction de GRACIAS , François & PASSERON, Jean-Claude. Titre de l'édition originale : The Uses of Literacy , 1957.
- ISFAHANI , Forough Orolzi. - **La T.V. et la famille à Isfahan**. Thèse de 3e cycle , Université de Paris V , 1977.
- KINGSBOURG - "L'animation culturelle à la télévision : ses espoirs" , *in* : **Communication et langages 19, 1973.**
- KLAPPER , J.T. - **The Effects of Mass Communication**. Glencoe. Illinois. The Free Press , 1960.
- KLAPPER , J.T. - "What We Know About the Effects of Mass Communication", *in* : **Public Opinion Quarterly** , 1951.
- LAFARGE , Pierre. - "La création d'un schéma généralogique", *in* : **Schéma et schématisation 4** , 3e trimestre 1975 , p. 45 - 75.
- LANGEVIN , André. - **La télévision du noir à la couleur**. Faranol , Paris , 1966.
- LASSWELL , Harold. - "The Structure and Function of Communication in Society", *in* : SCHRAMM , W. - **Mass Communication** , 1960.
- LAULAN , Anne Marie. - **L'image dans la société contemporaine**. Denoël Collection : Le point de la question , Paris , 1971.
- LAZARSFELD , Paul & STATON (ed.) . - **Communication Research : 1946-1949** . Harper , New York , 1949 .

- LERNER , Daniel. - "Toward a New Paradigm" , *in* : SCHRAMM , W. & LERNER , Danel (ed.). - **Communication and Change**, 1976.
- McLUHAN , Marshal. - **Pour comprendre les media : les prolongements techniques de l'homme**. Traduit de l'anglais par PARE , Jean, Tours: Mame, Paris: Seuil. Copyright original: Understanding Media. Mc Graw Hill. New York Book Company , 1968.
- MACK , A. , PLANT , D. & DOYLE , U. - **Imperialism, Intervention and Development**. Crom Helm , London , 1994.
- MAHDAVI , Azar Mahouti. - **La télévision à Téhéran. Contribution à la sociologie du loisir**. Thèse de 3e Cycle , Université de Paris VII , 1977.
- MAFFESOLI , Michel. - "Conflits, dynamique collective et sociologie de la connaissance" *in* : DUVIGNAUD , Jean & *als*. - **Sociologie de la connaissance**. Payot , Paris , 1979 , p. 153 - 170.
- MALINOWSKI. - **The Dynamics of Culture Change**. Yale University Press. New Haven and London , 1961 , traduit en français sous le titre : **Les dynamiques de l'évolution culturelle**. Recherche sur les relations sociales en Afrique. Payot , Bibliothèque Scientifique , Paris , 1970.
- MANDER , Jerry. - **Four Arguments for the Elimination of Television**. Morrow , New York , 1978.
- **Les mass media en U.R.S.S. , principes, experiences**. Editions de l'Agence de Presse NOVOSTI , Moscou , 1979.
- MELON , Enrique & MARTINEZ. - **La télévision dans la famille et la société moderne**. Marabout , Université Gérard & Co. , 1970.
- MERTON , Robert. - "Patterns of influence : A Study of interpersonal Influence and Communication Behaviour in Local Community" , *in* : LASARSFELD , P. & STANTON (ed.). - **Communication Research 1946-1949**. Harper New York , 1949.
- MERTON. - **Mass Persuation : The Social Psychology of War**. Bond Drive, Harper, 1945.
- MILLARD , Guy. - "Récits documentaires et fictions documentées à la télévision" , *in* : **La fiction** , revue de l'U.E.R. , Suisse.
- MOUSSEAU , Jacques. - "Les enfants et la télévision : nouvelles conclusions", *in* : **Communication et langages 30** , 2e trimestre 1976.

  Id. - **Les communications de masse** (Ouvrage Collectif). L'univers des mass media. Hachette , Paris , 1972.
- NIXON , Raymond. - "Changes in Reader Attitudes Toward Daily News Papers" , *in* : **Journalism Quarterly** , février 1948.
- NOWROOZI , Assadollah. - **Mass media et développement national en Iran. Etude prospective**. Thèse de Doctorat d'Etat ès Lettres et Sciences Humaines. Université René Descartes , Sorbonne , Paris V , Juin 1977.
- PARKINSON , Brien K. - "The Economic Retardation of Malay ..." , *in* : **Modern Asian Studies 3** , 1968 , p. 267 - 272 .
- **Rapport de la Commission d'étude du statut de l'ORTF** , Paris , 1970.
- ROGERS , Everett M. - **Communication and Development: Critical Perspectives**. Sage Contemporary Social Science , Issue 32. Sage Publications , California , 1971.

- ROSTLAND, Jean. - "La télévision, une affaire de psychiatre", interview *in* : DESCAVES, Pierre & MARTIN, A.V.J. - **Un siècle de radio et de télévision.** Paris, 1965.
- SCHAEFFER, Pierre. - **Machines à communiquer**, Volume 2 : **Pouvoir et communication.** Seuil, Paris, 1972.
- SCHRAMM, Wilbur. - "How Communication Works", *in* : WELLS, Alan (ed.). - **Mass Media and Society**. 3e édition. Ed. Ca, Myfield Pub., 1979, p. 16 - 28.

  Id. - **Mass Media and National Development. The Role of Information in the Developing Countries.** Stanford University Press, California, UNESCO, Paris, 1974.

  Id. - **Men Messages and Media. A Look at Human Communication.** Harper & Row, New York, 1973.
- SCHRAMM, Wilbur. - **Mass Communication.** University of Illinois Press, 2e edition, 1960.
- SCHRAMM, Wilbur & LERNER, Daniel (ed.). - **Communication and Change. The Last Ten Years and The Next.** The University Press of Hawaii, USA, 1976.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. - **Sociologie politique.** Collection Université Nouvelle, Montchrestien, Paris, 1974.
- SHANNON, Claude & WEAVER, Warren. - **The Mathematical Theory of Communication.** Urbana University of Illinois Press, USA, 1964.
- SMITH, Antony. - **The Geopolitics of Information: How Western Culture Dominate the World.** Faber and Faber Limited, Great-Britain, 1980.
- SOUCHON, Michel. - "La place de la fiction dans la télévision", *in* : **La fiction**, Revue de 'U.E.R', Suisse, 1974.
- **Statistics on Radio and Television : 1960-1976.** UNESCO, Paris, 1979.
- SULTAN, J., SATRE, Jean-Paul. - **La télévision à la portée de l'école.** Enquête de l'Institut National de Recherche Pédagogique, La documentation française, I.N.A., Paris, 1981.
- SUE, Roger. - **Le loisir.** PUF, Collection : Que sais-je ? 1871, Paris, 1980.
- TARDE, Gabriel. - **Les lois sociales.** PUF, Paris, 1921.
- TAWFIK, M. (Sous la direction de). - **Rapport mondial sur la communication et l'information : 1999 - 2000**. (Ouvrage collectif) Ed. G. BARTAGNON & Y., COURRIER avec l'assistance de A. CLAYSON. UNESCO, Paris, 1999.
- TCHAKHOTINE, S. - **Le viol des foules par la propagande politique.** N.R.F. Gallimard, Paris, 1952.
- **Les télé-clubs en France.** UNESCO, Paris, 1955.
- TERROU, Fernand. - **L'information.** - PUF, Collection: Que sais-je ? 4e édition, 1974.
- THIBAU, Jacques. - **Une télévision pour tous les français.** Seuil, Paris, 1970.

  Id. - **La télévision, le pouvoir et l'argent.** Calmann-Lévy, Paris, 1973.
- THIBAULT, A.-M. LAULAN. - **L'image dans la société contemporaine.** Denoël, Collection : Le point de la question, Paris, 1971.

- THOVERON , Gabriel. - **Radio et télévision dans la vie quotidienne.** - Centre d'études et des techniques de diffusion collective, Institut de sociologie, Université Libre de Bruxelles , 1971.
- TUNSTALL , Jeremy. - **The American Media in the World.** Constable , London , 2e edition , 1978.
- UTRERAS , Merino. - "La investigation cientifica de la communication in America Latina": Chasqui Ecudor, 1974 , *in* : ROGERS , E.M. - **Communication and Development.** Critical Perspectives. California , 1976.
- WANGERMEE , Robert. - "Public et culture en télévision", *in* : **Communications 14** , Paris , 1969.
- WELLS , Alan (ed.) . - **Mass Media and Society** . 3ed. Ed. Ca, Myfield Pub. , 1979.
- WILDER, Wiliam. - "L'Islam , Other Factors and Malay Dakwadness : Comments on an Argument" , *in* : Modern Asian Studies , II / 2 , 1968 , p. 267 - 272 .
- WIMMERY, Roger D. & DOMINICK Joseph R. - **Mass Media Research : An Introduction** . 5e edition . Wadsworth Publishing Company , 1997 .
- WRIGHT , Charles. - "Functional Analysis in Mass Communication" , *in* : **Public Opinion Quarterly 24** , 1960 , p. 605 - 620.
- YU , Frederick T.C. - "Research Priorities in Development Communication", *in*: SCHRAMM & LERNER (ed.). - **Communication and Change** , 1976.

Périodiques

- **Communications.**
- **Communication et langages.**
- **Educations 2000.**
- **Etudes de radio - télévision.**
- **Journalism Quarterly.**
- **Presse actualité.**
- **Public Opinion Quarterly.**
- **Revue de l'UER.**
- **Schéma et Schématisation**

ثالثا ــ إنتاج علمي للمؤلفة

(أ) باللغة العربية (كتب ودراسات ومذكرات تعليمية ومداخلات في مؤتمرات محلية وإقليمية وعالمية) .

ــ (١٩٧٦م) " دلالة نشرات الأخبار لدى سكان القاهرة ". رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ونشرت بعنوان : علاقة سكان القاهرة بنشرات أخبار التليفزيون المصري ، الطباعي العربي ، القاهرة ، ١٩٨٦م .
ــ (١٩٨٣م) " المسؤولية الاجتماعية للتليفزيون في الدول النامية "دكتوراه الدولة في الآداب والعلوم الإنسانية من جامعة بوردو II بفرنسا (ثلاثة مجلدات) ونشرت على نفقة جامعة ليل باللغة الفرنسية على "ميكروفيش" ، فرنسا ١٩٨٤م.
ــ (١٩٨٥م) مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي . (طبعة أولى) مكتبة نهضة الشرق ، جامعة القاهرة .

- " المخدرات والشباب ووسائل الإعلام" **(المرجع السابق)** .
- " قصة الفيلم التليفزيوني : اليوم التالي"**(المرجع السابق)** .

ــ (١٩٨٥م) **الطفل المصـــري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي** . مكتبـة نهضـــة الشرق ، جامعة القاهرة .
- " مورفولوجية الأسرة المصرية ودور التليفزيون في تحديد النســل " **(المرجــع السابق)** .
- " التليــفزيون وتشكيل خيال الطفل : دراسة تحليلية للصورة " **(المرجع السابق)**.

- (١٩٨٥م) " دور التليفزيون في معرفة الأطفال للوقــت بوصــفه حاجــة مــن الحاجــات الأساسية" **(المرجع السابق)** .
- " الطفل العربي وتكنولوجيا الأقمار الصناعية" **(المرجع السابق)** .

ــ (١٩٨٧م) **الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية** :دراسة لشبكات التليفزيون . دار الفكر العربي ، القاهرة (طبعتان) .
- " قمر الفقراء " **(المرجع السابق)** .
- " الموسيقى والأغنية العربية في عصر الأقمار الصناعية " **(المرجع السابق)** .

- (١٩٨٧م)" استراتيجية التكامل الإخباري العربي من أجل نشرة أخبــار عربيــة متميــزة" **(المرجع السابق)** .

ــ (١٩٨٧م) **علاقة الطفل بالوســـائل المطـــبوعة والإليكترونية** . دار الفكر العربي ، القاهرة (طبعتان) .
- " استهلاك ورق الطباعة في عدة دول "**(المرجع السابق)** .
- " تأثير المجتمع على الوسائل المطبوعة والإليكترونية " **(المرجع السابق)** .
- " شباب الجامعة ووقت الفراغ " **(المرجع السابق)** .

" هل البروتستانت أكثر تحفظا في تعاملهم مع جهاز التليفزيون ؟"**(المرجع السابق)**.

ــ (١٩٨٧م) **المغترب ووسائل الاتصال** . دار الفكر العربي ، القاهرة .
- "اتجاهات بعض طلبة الجامعة للهجرة الخارجية "**(المرجع السابق)** .
- " الأهرام الدولي : الطبعة الدولية للأهرام " : دراسة تحليلية **(المرجع السابق)** .
- " البرامج الموجهة من الإذاعة المصرية والتي تخدم المصريين فــي الخــارج " **(المرجع السابق)** .
- " تعليم اللغة العربيـــة والدين الإســـلامي لأبنـــاء الجيـــل الثـــاني للمغتـــربين " (مداخلة نوقشت في مؤتمر مجلس السكان العالمي) .
- " رؤية في إصدار مجلة خاصة بالطفل العربي " (مداخلة في مؤتمر خاص بإعلام الطفل) .

ــ (١٩٨٨م) **الأقمار الصناعية والتنمية** :تجربة هندية . مكتبة نهضـــة الشـــرق ، جامعـــة القاهرة.
- " الأقمار الصناعية والإعلام الدولي " (**المرجع السابق)** .
- " الفيديو في الهند وفي مصر " **(المرجع السابق)** .
- " قرصنة الفيديو : الفيديو سندر " **(المرجع السابق)** .

- (١٩٨٨م) " القوانين التي تحكم بث الإعلانات التجارية " **(المرجع السابق)** .
- " وسائل الإعلام الجماهيرية والتنمية الريفية " **(المرجع السابق)** .

ــ (١٩٨٨م) **الحرب الإذاعية** (ترجمة) ، تأليف فؤاد بن حالة . دار الفكر العربي ، القــاهرة (ثلاث طبعات) .

ــ (١٩٨٨م) دولنا النامية في عصر الأقمار الصناعية . دار الفكر العربي ، القاهرة .
ــ (١٩٨٩م) صوت العرب بين الأمس واليوم . دار الثقافة العربية ، القاهرة .
ــ (١٩٩١م) إشكاليات منهج البحث العلمي . دار الفكر العربي ، القاهرة .
– " التليفزيون الكابلي" (مذكرات غير منشورة ، كلية الإعلام) .
– وناريمان محمد رفاعي "دراسة مدى تأثير انتماء الطفل المصري بحرب تحرير الكويت" في : مجلة كلية التربية جامعة عين شمس .
ــ (١٩٩٢م) وسائل الإعلام الإليكترونية في دول الكتلة الشرقية : يوغسلافيا . دارالفكر العربي ، القاهرة .
– " الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال في مجال التليفزيون "(مداخلة في مؤتمر دولي عقد بالقاهرة) .
– " البث الوافد : هل هو شر لابد منه ؟ "(جريدة الحقيقة ، القاهرة) .
– " يوميات الغزو والحرب " (جريدة الحقيقة ، القاهرة)
– "كيف يواجه الإعلام الإسلامي خطر البث المباشر ؟ " . في : مجلة زهرة الخليج العدد ٧٠٦ ، أبو ظبي ٦ من ربيع الآخر ١٤١٣هـ ٣ من أكتوبر ١٩٩٢م .
– "الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال في مجال التليفزيون" . ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل ، جامعة الأزهر ، ذو القعدة ١٤١٢هـ ــ مايو ١٩٩٢م .
ــ (١٩٩٣م) قنوات للتليفزيون فضائية في عالم ثالث . دار الفكر العربي ، القاهرة.
– " القناة الفضائية المصرية وأقمار الاتصال " (المرجع السابق) .
– " القناة الفضائية المصرية : دراسة جدوى " (المرجع السابق) .
– " هوائيات للبث الوافد عبر الأقمار الصناعية " (المرجع السابق) .
– (١٩٩٣م) " الشائعات من منظور اجتماعي ونفسي " (مذكرات غير منشورة ، كلية الإعلام) .
ــ (١٩٩٤م) بث وافد على شاشات التليفزيون . دار الفكر العربي ، القاهرة .
– " المضمون الأجنبي الوافد عبر الأقمار الصناعية على شاشات التليفزيون في مصر" (المرجع السابق) .
ــ (١٩٩٤م) رسوم الأطفال من منظور إعلامي : دراسة تحليلية اجتماعية نفسية فنية، دار الفكر العربي ، القاهرة .
– "الهوية في أسماء الأطفال المصريين" . (المرجع السابق) .
ــ (١٩٩٦م) الأقمار الصناعية والتجربة السعودية . دار جدة ، المملكة العربية السعودية.
ــ (١٩٩٧م) رسوم الطفل بين المحلية والعالمية : دراسة تحليلية على عينة من رسوم تلاميذ المدارس في المنطقة الغربية بالسعودية مع تحليل لأسماء الأطفال في العينة المدروسة . دار المسافر ، جدة ، المملكة العربية السعودية .
ــ (١٩٩٨م) وسائل الإعلام في إطار سسيولوجية وقت الفراغ . (طبعة أولى) ، دار حافظ جدة ، طبعة ثانية مزيدة ومنقحة ، دار حافظ ٢٠٠٠م .
ــ (٢٠٠٠م) الدش والعولمة في قرية "ماكلوهان" الإليكترونية . دار حافظ ، جدة .
ــ (تحت الطبع) : وسائل الإعلام الإليكترونية في دولة عربية : اليمن ، (ترجمة) . تأليف عبد الله الزين .

(ب) إنتاج علمي للمؤلفة باللغتين الإنجليزية والفرنسية (كتب ومداخلات في مؤتمرات)

- (1982) ' Regards sur le journal télévisé en Egypte ' .
- (1983) "La responsabilité sociale de la télévision dans un pays en développement"
- (1982) "Regards sur le journal télévisé en Egypte". Paper presented at **the Paris Conference**, august 1982.
- (1983) **La responsabilité sociale de la télévision dans un pays en développement. Thèse de Doctorat d'Etat**. Université de Bordeaux II, publiée par l'Atelier des thèses, Université de Lille, France, 1984..
- (1984) "Les loisirs et la communication dans un village égyptien". Paper presented at **the Prague conference**. AIERI, august.
- (1986) ' Third World on Eurovision ' .
- (1987) 'L'introduction de la video en Egypte : Remarques et hypothèses ' .
- (1991) 'Egyptian TV and Satellites' .
- (1992) 'Les effets de la télévision sur les enfants égyptiens durant la Guerre du Golfe .

هذا إلى جانب الإشراف على عدد من رسائل الدكتوراه والماجستير ومقالات وحوارات في الجرائد والمجلات والإذاعة والتليفزيون .